



Mitomanías

Director

Marcelino Bisbal

Consejo de Redacción

Jesús María Aguirre

Francisco Tremonti

José Ignacio Rey

Andrés Cañizález

Gustavo Hernández

Juan Manuel Matos

Elsa Pilato

Carlos Guzmán

Carlos Correa

Marcelino Bisbal

Asistente Consejo

Elsa Pilato

Diseño y Diagramación

Víctor Hugo Irazábal

Producción editorial

Impregraf C.A.

Teléfono: 762.8170

Negativos

Litotrampa

Impresión

Gráficas León s.r.l.

Suscripción

(4 números al año)

Venezuela: Bs. 6.000,00

Exterior: US\$ 35

(vía superficie)

América: US\$ 40

(vía aérea)

Resto del mundo:

US\$ 55 (vía aérea)

Envíe su pago a:

Centro Gumilla.

Edificio Centro Valores,

local 2, esquina de la Luneta,

Altigracia, Apartado 4838

Teléfonos: 564.9803 - 564.5871

Fax: 564.7557

Correo electrónico:

cengumi@conicit.ve

Redacción Comunicación:

comunica@etheron.net

Administración:

administra@etheron.net

Publicidad y mercadeo:

gmercadeo@etheron.net

Caracas 1010-A-Venezuela

Depósito Legal

pp 76-1331

ISSN: 0798-1856

COMUNICACION no comparte necesariamente las opiniones vertidas en los artículos firmados, que expresan, como es obvio, la opinión de sus autores.

Los textos publicados en la sección de *Estudios* de la Revista son arbitrados

comunicación

Nº 104 • Estudios venezolanos de comunicación

CENTRO GUMILLA

Perspectiva Crítica y Alternativa. Integrantes de la Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura

Presentación

Entrada

Ocho mitos de una cultura que comienza	4
■ Albor Rodríguez	
Renny, apuntes para un mito	9
■ Ewald Scharfenberg	
Lady Di: del trágico cuento de hadas a la leyenda	11
■ Francisco Tremonti	
Maradona, ascenso y caída de un héroe.	
Arquetipos de significación social en los medios masivos	17
■ Matías Keismajer	
Industria cultural: ¿un nombre para designar la actual fábrica de mitos?	21
■ Daniel Centeno M.	
El mercado de los mitos	24
■ Manuel Vázquez Montalbán	
La identidad de la comunicación organizacional	28
■ Denise Shumal K.	
La investigación de la comunicación para el desarrollo	33
■ José Luis Aguirre Alvis	

Cuaderno

Retratadas	
■ Vasco Szinetar	

Estudios

Muerte y resurrección de Ernesto Che Guevara	38
■ Hanno Hardt / Jorge Calles Santillana / Luis Rivera Pérez	
Índices de sufrimiento e industria cultural	54
■ Aníbal Ford	

Hablemos

Lady Diana, medios y mito. el aire del tiempo (Conversación con Michel Maffesoli)	60
■ Federico Casalegno	

Reseña

Informaciones

Documentos

Lo Electoral

Análisis del discurso político de Hugo Chávez Frías. Gesta de un mesías	73
■ Iria Puyosa	
Análisis del entorno electoral nacional. Visión de las encuestas	78
■ Carlos Guzmán	
Un fantasma llamado Política Cultural	84
■ Milagros Santana Jiménez	

Cuaderno

Pinturas	
■ Octavio Russo	

Presentación

El título *Mitomanías* pudiera sugerir una descalificación de los procesos míticos inherentes a los procesos culturales, pero remite más bien a los dispositivos con que las industrias culturales explotan estratégicamente los estratos del inconsciente colectivo. El supuesto de que los medios ejercen su influencia a largo plazo y a través del manejo de los arquetipos del inconsciente colectivo, si bien ha sido muy socorrido en nuestro ambiente cultural, no ha sido suficientemente descrito, ni analizado. A veces, incluso se percibe que la discusión teórica no ha superado la fase ilustrada, hace tiempo superada en los debates postestructuralistas.

El trabajo desmitologizador de la Ilustración, nos hizo creer que la modernidad científica se deslustraría de las supercherías del pasado, dejándolos relegados, a los estratos ignorantes de la sociedad. Pero el hecho es que los mitos siguen gozando de muy buena salud y en todos los ambientes.

Los mitos religiosos del "origen", tachados de pseudo-históricos, han sido suplantados en la modernidad por otros mitos utópicos que se orientan a las aspiraciones del futuro, bajo la figura del "progreso", de las "comunidades paradisíacas" -hippies o comunistas-, y más recientemente de la "sociedad global de la comunicación". Y hasta los mismos movimientos fundamentalistas y nacionalistas tienden a recuperar sus mitos genesíacos en un afán por recuperar sus raíces identitarias ante el temor de la disolución globalizadora. Por otra parte, la video-cultura nutre sus ficciones y distracciones, creando un panteón de ídolos, semidioses, héroes y heroínas, con sus cielos virtuales, altares olímpicos, cultos colectivos y hasta sacrificios rituales.

Según Kolakowski, tanto los mitos del pasado, que ofrecen una comprensión del mundo a partir de los orígenes, como los mitos del futuro, cargados de resentimiento, para apelar a una renovación radical, responden al trabajo del mismo nivel de

la conciencia en su intento de trascender simbólicamente la contingencia de la experiencia y la contingencia del mundo.

La remitización de la sociedad, sea refundando bases o prefigurando el futuro es una operación persistente, que mantiene viva a la cultura con sus conflictos de valores. Las sucesivas reproducciones no se dejan atrapar en estructuras racionalizadas y giran obstinadamente sobre los mismos enigmas antropológicos (origen del ser, sentido de la existencia, la verdad última, los valores definitivos, los modelos ejemplares, el destino, la muerte, el progreso, el fin de la humanidad...). Dicho de otra forma, la función del mito sigue siendo insustituible en las culturas, y derivadamente en las industrias del consumo cultural. Si la ilustración se equivocó al anunciar el fin de las religiones, hoy los nietos de la ilustración no nos atrevemos a vaticinar el destierro de los mitos en la cultura y en las comunicaciones colectivas.

En este número hemos obviado el recorrido sobre el estado de la discusión en torno al estatuto epistemológico del mito, pues requeriría un tratamiento extenso de la mano de antropólogos (Frazer, Mircea Eliade, Lévi-Strauss...), filósofos (Cassirer, Kolakowski...), psicoanalistas y semiólogos (Jung, Dorfler, Durand...), sin contar con sus predecesores ilustrados, pero hemos asumido la revisión que han emprendido. Para quienes buscan una metodología adecuada de investigación, le sugerimos la obra *Mitánálisis y mitacrítica* de Georges Durand, uno de los intentos más importantes de sistematización.

Anteriormente nuestra revista se acercó indirectamente al tema desbrozando algunas líneas de trabajo sobre la función política del mito (Nº41/42), sobre los ídolos juveniles (Nº48), y apuntando algunas nociones teóricas sobre los mitos como representaciones sociales (Nº84). Lo que ahora nos ha interesado mayormente es cuál es el lugar que están ocupando los mitos en los modernos medios de difusión masiva, cambiando los aspectos y disimulando las funciones de

los mitos tradicionales. La novedad de esta operación, según la hipótesis de Mircea Eliade, se traduciría en una "revalorización al nivel profano de los antiguos valores sagrados", y al decir de Georges Durand "el recital de imágenes míticas" continúa.

Las industrias culturales realimentan en un mundo desacralizado y en un jardín desencantado los sueños, las fantasías y las nostalgias del hombre moderno a través de los dramas, apelaciones publicitarias y puesta en escena de acontecimientos sorprendentes.

Como figuraciones ejemplares, dispositivos de interpretación de la vida cotidiana, sondeadores de futuro, los mitos alimentan en el tiempo de ocio (fuera del negocio) unas experiencias cuasi-sacrales, particularmente para quienes no participan de una experiencia religiosa auténtica. Con agudeza, no exenta de ironía, Aldous Huxley afirma en un escrito que "lo verdaderamente importante es la vida auténticamente humana de nuestras horas de ocio. Lo demás no es sino un sucio menester que es preciso hacer".

Por eso la escogencia de determinados mitos de la cultura de masas para suplir las insatisfacciones a través de la consagración del tiempo libre, nos puede orientar sobre los deseos, paradigmas, impulsos y temores de nuestra sociedad.

Sin negar la necesidad de una valoración crítica de los mismos, debe preceder un intento de descripción sobre las selecciones y énfasis que operan los medios, ya que la mitización actúa incesantemente. A esta primera fase debe seguir la explicación de los mecanismos de regeneración de mitos en las industrias culturales, que necesitan reciclar un repertorio básico con visos de novedad permanente, pues el espectáculo mediático pervive gracias a la actualización y el anclaje con la experiencia presente.

La embestida crítica contra la pseudo-cultura de masas, simplificada por los epígonos de la teoría crítica, ha desdibujado la complejidad del proceso de recep-

ción de los mismos. Valga, pues, una aclaración al respecto. La construcción artificial de las celebridades y héroes por vía de la exaltación de acontecimientos, personalidades o figuras de ficción, obedece a un juego de performance entre los artífices de las industrias culturales y sus clientes, necesitados de comprender sus vidas por el reflejo de otras historias. En el caso de la mitomanía, frente a un modelo de receptor sumamente activo, Radiger sugiere, bajo la inspiración de la corriente crítica, analizarlo según el modelo de la hipnosis: se teje una situación en que las personas se dejan tratar para obtener una cierta gratificación. Y ante la tesis simplista de una manipulación perversa y retorcida se sostiene el presupuesto de que se conserva la conciencia de un truco, en que se juega con la anuencia del usuario sin hacer nada contra su voluntad. Los resultados no son automáticamente predecibles en cuanto que el juego establece una cierta reserva mental en que se reconoce cierta irracionalidad, a la vez que se lo procura para satisfacer requerimientos de la estructura básica humana con sus deseos y temores.

El recorrido que hacemos en este número sobre los mitos de ayer y de hoy, con referencia a Venezuela y al mundo, pretende recoger algunos mitos tradicionales (fundacionales del país) y los modelos explotados más intensivamente por la industria cultural en nuestros días (El Ché, Diana, Maradona...). Los aportes provenientes de diversos países y tradiciones investigativas, intentan abrir un abanico de propuestas para incentivar la discusión sobre el estatuto y función de los mitos mass-mediáticos en nuestra sociedad. Esperamos que este ejercicio plural nos ayude a discernir los deseos y temores colectivos, que embargan a la sociedad venezolana en los albores de un nuevo milenio ■



ILUSTRACIÓN: LUIZA USECHE

Ocho mitos de una cultura que comienza

■ **Albor Rodríguez**



Los españoles que llegaron a América no estaban ganados para la fantasía. Ambiciosos y casi analfabetas, en su mayoría buscaban oro, riqueza y poder, en una época en la que empezaba a imponerse el capitalismo, la modernidad y la razón. Pero la naturaleza desconocida del nuevo continente pudo más y el descubrimiento terminó siendo una gran empresa constructora de mitos. Bajo el conflicto entre aquello que los colonizadores sabían —o creían saber— y lo que veían sus ojos, infinidad de cartas y crónicas dan cuenta de un riquísimo proceso de fusión de mitos europeos antiguos y medievales con mitos americanos. Aquí se cuentan las historias de algunos de ellos

變 變 變



1. EL PARAÍSO TERRENAL

César Pavese tenía razón: "Un mito es siempre simbólico; por eso no tiene nunca un significado unívoco, alegórico, sino que vive de una vida encapsulada que, según el lugar y el humor que lo rodea, puede estallar en las más diversas y múltiples fluorescencias". Algo así sucedió con el mito del Paraíso terrenal en América. Y todo, gracias a la temeraria propuesta de un estudioso hispano-peruano llamado Antonio de León Pinelo.

El primero en apresurarse a hablar del Paraíso terrenal fue Cristóbal Colón, a su llegada a la costa oriental de Venezuela. Suerte de monje medieval mezclado con empresario capitalista moderno, el Almirante tenía un gusto insaciable por el oro y al mismo tiempo ciertas obsesiones religiosas. No era descabellado entonces que creyera que había llegado al mismo lugar donde vivieron Adán y Eva.

Pero a pesar de su vehemencia a Colón nadie le creyó. Américo Vespucio, conquistador más racional y moderno, habla más bien de "lo paradisíaco", utilizando la idea del Paraíso terrenal no con su connotación religiosa, sino como una referencia cultural. "En definitiva la Conquista es mucho más una empresa político-comercial con rasgos de modernidad, que una empresa de europeos buscando buenos salvajes o huellas de Adán y Eva", afirma el historiador Vladimir Acosta.

Nadie más creyó que existiera el Paraíso terrenal -pero sí lo paradisíaco- hasta que en el siglo XVII apareció en el escenario León Pinelo. Estudioso de origen judío -a su abuelo lo había quemado la Inquisición en Lisboa-, este hombre escribió un libro del cual sólo circularon en su momento algunos fragmentos, pero que fue una revolución en el imaginario americano.

Se trata de *El paraíso en el Nuevo Mundo*, ya no un simple arrebato místico como el de Colón, sino una construcción teórica repleta de argumentos y pasión. Con una paciencia extrema, León Pinelo analiza todas las hipótesis que se elaboraron en la Edad Media para ubicar el Paraíso terrenal, y trata de demostrar que de todas, la única válida es la que lo sitúa en el extremo Oriente. El, como todos en esa época, creía que la Biblia la había escrito Moisés en Palestina, y frente a un mapa llegó a la conclusión de que el Oriente más lejano a ese punto era América.

Lo que los conquistadores llamaban



Para más señas León Pinelo explica que la fruta del pecado no era la manzana sino la parchita; que Adán y Eva eran peruanos, y que los indios americanos eran los primeros habitantes del planeta.



el Nuevo Mundo era, según León Pinelo, el único continente en el mundo que tenía cuatro grandes ríos que nacen muy cerca el uno del otro: el Paraná, el Orinoco, el Amazonas y el Magdalena (para efectos de su teoría el Ganges, el Tigris, el Nilo y el Eufrates, los cuatro ríos de los que hablaba la Biblia). Y ofrece más detalles: el sitio cercano a la confluencia de esos ríos era el Perú amazónico, así que justo ahí debía estar ubicado el añorado Paraíso. Y por si acaso, para no pecar de hereje, aclaró que los cuatro ríos americanos eran los bíblicos gracias a un largo viaje submarino.

Para más señas, León Pinelo explica que la fruta del pecado no era la manzana sino la parchita; que Adán y Eva eran peruanos, y que los indios americanos eran los primeros habitantes del planeta. Luego dice que cuando llegó el Diluvio, Noé -que por supuesto también era peruano- construyó el Arca con árboles de la selva del Perú y emprendió su viaje desde los alrededores de Lima. Esto último, que implicaba un viaje transoceánico, explicaba por qué Noé se había perdido y había ido a parar al "erróneamente" llamado Viejo Mundo.

A Antonio de León Pinelo nadie lo quemó por este atrevimiento. En definitiva, aquello no era más que un mito.

2. LA CRISTIANIZACIÓN

Hernán Cortés nunca imaginó que su cara barbuda podía ser el origen de una confusión tan grande. A su llegada a México, en 1519, fue tomado nada más y nada menos que por Quetzalcoatl, figura que en su versión mítica correspondía a la serpiente emplumada del panteón mexica, y en su versión histórica a un

rey-sacerdote luego divinizado. Apegados a la idea, común a todas las culturas del planeta, de la existencia de un héroe civilizador que, incomprendido, se marcha prometiendo volver, los indios mexicanos creyeron que aquel hombre codicioso y armado hasta los dientes era el suyo, y que venía decidido a cristianizarlos una vez por todas.

Cortés llegó a México el mismo año que según el calendario azteca le correspondía volver a Quetzalcoatl, y por las cercanías a Veracruz, el mismo lugar donde la tradición decía que aquél había partido en una balsa hecha de culebras. Lo mismo ocurrió en Perú, donde los incas contaron a los misioneros que un dios llamado Viracocha -a la sazón blanco y barbudo como Francisco Pizarro, el conquistador local-, se había marchado por el mar jurando que regresaría tiempo después. Los portugueses, por su parte, también habían oído hablar a los indios brasileños y paraguayos de un hombre civilizador llamado Pai Sumé (¿Santo Tomás?), que les había enseñado rituales y formas de cultivo.

Los europeos estaban llenos de interrogantes. ¿Cómo se entendía que si Dios había ordenado a los apóstoles difundir la religión cristiana por toda la tierra éstos se hubieran olvidado de América? ¿Cómo se explicaba que durante 15 siglos los indios americanos estuvieran condenados al Infierno y que América hubiese permanecido en las tinieblas del paganismo porque ningún apóstol se había ocupado de ellos? Estas preguntas, tal vez absurdas para un hombre de hoy, no lo eran tanto para los del siglo XVI, presas como eran del dogma cristiano: que los indios americanos desconocieran el cristianismo ponía seriamente en entredicho la Justicia Divina.

Pero hasta los problemas de la fe tienen solución: aquellos relatos indios sobre héroes civilizadores con rasgos europeos, la práctica de ritos muy parecidos a los cristianos (ayunos y autoflagelaciones, confesión y penitencia con perdón de los pecados, entre otros), y la existencia de vestigios materiales como cruces, fuentes sagradas y piedras con huellas humanas, les ayudó a responder la gran pregunta: América bien podía haber sido cristianizada en épocas remotas, y el responsable de aquella labor, evidentemente fallida, podía haber sido el apóstol Santo Tomás, a quien se le atribuía la cristianización de la India, país del cual América fue considerada su prolongación en un principio.

El mito de la evangelización temprana de América fue de una utilidad inmensa, según palabras de Acosta: con él se resolvía el problema de la Justicia Divina, y de paso se justificaba la Conquista. Aunque los indios fueran torpes, brutos y tozudos, en el fondo eran cristianos: Dios había hecho el esfuerzo de domarlos y ahora correspondía a los españoles concluir la tarea.

A Acosta no le tiembla la voz al decir que el mito de la cristianización temprana de América es, seguido de la versión del mito del Paraíso terrenal desarrollada en el siglo XVII, el más grande mito criollo colonial. Especialmente en México, donde terminó siendo de provecho a los criollos independentistas: éstos pregonaban que España no sólo no había sido cristianizada por ningún apóstol, sino que América, y concretamente México, lo fue primero porque Santo Tomás había sido contemporáneo de Cristo. Así, intentaban reivindicar lo americano frente a la prepotencia europea: ¿Hasta cuándo España tendría subyugado a un país que había entrado antes en la historia de la humanidad?

3. DE DÓNDE VINIERON LOS INDIOS

Todos los mitos responden preguntas fundamentales. Esa es justamente la razón por la que persisten en la vida de los hombres. ¿Quiénes eran los indios americanos y de dónde venían? Preguntas tan complicadas como éstas tenían que responderse los europeos que llegaron a América. Cristianos inquebrantables, los visitantes no podían entender que existiera un continente distinto a los que mencionaba la Biblia. Los conocimientos geográficos de Dios no podían ponerse en entredicho.

Lo que estaba en discusión no era un tema de sobremesa sino el origen y la identidad de los pobladores del Nuevo Mundo, o lo que es lo mismo, el origen adánico del hombre, y la Biblia, tal como estaba escrita, no los ayudaba: ahí se decía que todos los seres humanos del planeta eran descendientes de Noé, pero también se decía que éstos habían ido a poblar exclusivamente Europa, Asia y África. Apoyados en la Palabra Divina e intentando no contradecirla, los estudiosos del mundo americano a lo largo del siglo XVI y XVII, se ocuparon entonces de descifrar lo que no estaba escrito.

Los intentos fueron muy variados y generaron una cantidad de mitos cruzados con relatos antiguos. Primero se habló del



Los intentos fueron muy variados y generaron una cantidad de mitos cruzados con relatos antiguos.

Primero se habló del diluvio universal y de los gigantes como pobladores primigenios, pero ninguna de estas dos opciones saciaba la sed de explicación de los europeos.



Diluvio Universal -los misioneros se encontraron con que existían versiones indígenas de este mito-, y de los gigantes como pobladores primigenios, pero ninguna de estas dos opciones saciaba la sed de explicación de los europeos. Más adelante, se establecieron comparaciones de los indios con otros pueblos (los judíos, los tártaros, los canarios), para demostrar que los americanos debían necesariamente descender de ellos.

La imaginación, mezclada con la realidad, fue trezándose aún más: llegó a decirse que a América habían venido, mucho antes que los españoles, expediciones de pueblos como los fenicios, cartagineses, judíos, atlantes, griegos, romanos, chinos y escandinavos. Seguramente intuían lo que cinco siglos después se aceptaría sin ambages: Cristóbal Colón no fue el primero en llegar a América.

De todas las teorías poblacionales del Nuevo Mundo la más importante y polémica fue la que se aventuraba a plantear que los indios eran descendientes de las Diez Tribus Perdidas de Israel.

Todo empezó en México y Perú a mediados del siglo XVI. Convencidos de que las similitudes físicas y culturales entre aquellos indios -más civilizados que los que habían visto hasta la fecha- y los antiguos hebreos eran contundentes, los primeros misioneros mexicanos lanzaron esta teoría: los indios son descendientes de las diez tribus que, bajo la dirección de Jeroboam, habían conformado el reino de Israel tras la división que se produjo a la

muerte del rey Salomón (el otro reino, comandado por Roboam, fue el de Judá, al sur de Palestina), y que se habían perdido cuando Ciro, vencedor de los babilonios y constructor del gran imperio persa, les permitió regresar a reconstruir su reino.

A fines del mundo antiguo, los judíos empezaron a divinizar las diez tribus al mismo tiempo que comenzaba a tomar cuerpo el mesianismo: querían reconstruir el gran reino de Salomón y para ello necesitaban convocar incluso a los perdidos.

El Descubrimiento de América puso el resto. El dominico Diego Durán es el primero en plantear sus sospechas y muy pronto se le sumaron otros misioneros. A finales del siglo XVI, la teoría alcanza su plenitud, y entre los argumentos estaba que algunos indios, al igual que los judíos, se practicaban la circuncisión, se bañaban mucho, eran inestables, malagradecidos y cobardes. Como advierte Acosta, el racismo antindio se mezcló rápidamente con el racismo antijudío.

El padre Simón, cronista de Venezuela, fue más allá y planteó que los indios no sólo descendían de las tribus perdidas de Israel sino de una en concreto: la de Isacar. Para ello se basó en la leyenda de que la tribu de Isacar había sido condenada a vivir para siempre en servidumbre y a que sus miembros fuesen bestias de carga (la mejor prueba de ello, decía, era que cuando los niños indios jugaban lo hacían poniéndose cargas en las espaldas). La asociación fue evidentemente útil: justificaba que los indios fuesen esclavizados por los españoles. Afortunadamente otros, más sensatos, salieron en su contra y la teoría del padre Simón no pasó de ser una idea apresurada y loca.

4. EL DORADO

Si todo mito esconde una tragedia, el de El Dorado sería el más dramático de todos. Ningún otro, en la historia americana, ha causado tantas obsesiones y fracasos. Ningún otro es más recurrente y a la vez más escurridizo. Es imposible saber qué día y a qué hora nace un mito, pero muchos han asegurado, entre ellos Gonzalo Fernández de Oviedo, que la primera versión del nacimiento de El Dorado surgió en 1538. Ese año se encuentran en Nueva Granada los conquistadores Nicolás de Federman (que venía de Venezuela), Sebastián de Belalcázar (que venía de Quito) y Gonzalo Jiménez de Quesada (procedente de Cartagena), e intercambian informaciones y pruebas acumuladas

en sus respectivos viajes sobre la posible existencia de ciudades doradas. Entre las leyendas que se ventilaban en aquel encuentro estaba una que seguramente les hizo agua la boca: según habían escuchado, existía un ritual de los indios chibchas en laguna de Guatavita, cerca de Boyacá, que consistía en que el cacique, al momento de su consagración, se cubría el cuerpo con polvo de oro y paseaba en una barca echando riquezas al fondo de la laguna.

Según relata Isaac J. Pardo en *Esta tierra de gracia*, a partir de las crónicas del padre Simón, la verdadera historia que conocían los chibchas era otra: "Un cacique de Guatavita descubrió los adulterios de su esposa, y en castigo la sometió a las más oprobiosas vejaciones. La obligó a devorar 'las partes de la punidad de su amante', la entregó luego 'para que usaran de ella algunos indios de los más ruines que había en la ciudad' y aun ordenó que la infidelidad fuera recordada durante las borracheras de la tribu, "para *iscarmiento* de las demás mujeres y castigo de la adúltera'. Acosada, la infeliz mujer se tiró a la laguna de Guatavita con su hija en brazos, y ambas perecieron ahogadas. Desde aquel momento asaltaron atroces remordimientos al vengativo marido y los piaches no hallaron mejor remedio para aplacar su conciencia que aconsejarle arrojar oro y esmeraldas a la laguna".

Lo cierto es que los españoles exploraron la laguna en dos oportunidades y no consiguieron gran cosa. Pero la historia de El Dorado ya era una ola imparable. "Cuando Belalcázar oyó hablar de estas cosas -continúa Pardo-, dicen que exclamó: '¡Vamos a ver este indio dorado!'. Y desde aquel momento echó a volar por el mundo el gran veneno de América, untado en la punta de una fábula".

Lo que vino después es conocido: muchos personajes empiezan a buscar El Dorado en Bolivia, el norte de Argentina, Chile, la selva amazónica peruana, y finalmente en los alrededores del Orinoco, donde con el nombre de Manoa se bautiza El Dorado venezolano. Gonzalo Jiménez de Quesada fue el primero, en 1543. Después vinieron Felipe Utre, Antonio de Berrío y finalmente Walter Raleigh, en 1596. En definitiva, el mito recorre casi 70 años del siglo XVI: el fracaso de cada empresa nunca fue suficiente para anular el impulso mitificador que las precedía.

Para Acosta la naturaleza de El Dorado es más llana que toda la literatura que generó: se trata de "un mito americano



pero elaborado por los europeos, producto de su obsesión por el oro. Lo esencial del mito está asociado, a mi juicio, no tanto a la leyenda de la laguna o del Indio dorado, sino a la conquista del Perú en 1532 y a las historias sobre fugitivos incas perdidos en la selva".

Acosta está firmemente convencido -y así trató de demostrarlo en su libro *El continente prodigioso*-, de que El Dorado no tiene nada que ver con el imaginario medieval. "No existe ningún mito de El Dorado en la antigüedad, ni en la Edad Media. Tampoco los indígenas tenían ningún mito elaborado sobre ese tema. Este es un mito americano sólo porque se engendra aquí, pero lo que está detrás de él es simplemente el oro como instrumento de poder y riqueza. En definitiva, El Dorado es el resultado de la incompreensión entre lo que pudieron haber dicho o pensado los indígenas, y lo que leían o querían leer los europeos".

5. LA FUENTE DE LA JUVENTUD

Volver a ser joven siempre ha sido la gran ilusión de los hombres. Juan Ponce de León, el famoso fundador de San Juan de Puerto Rico, hizo bastante por lograrlo y en el intento sólo consiguió la flecha de un indio que lo mandó a la tumba. Nacido en León (España), en 1460, Ponce de León logró la hazaña de pasar de hidalgo bastardo a conquistador medianamente poderoso y rico, pero tuvo la mala suerte de cumplir 50 años. La edición americana del

antiguo mito de la Fuente de la Juventud nació justamente de su afán por devolver el tiempo.

Común a todas las culturas, el mito de la fuente de la juventud es una variación grecorromana de la eterna concepción del agua como elemento purificador y renovador. Se dice que Alejandro Magno -el mito, no el personaje histórico-, buscaba la fuente de la vida porque quería la eternidad. Gracias a los viajeros medievales y sus crónicas fantásticas esa creencia se mantenía vigente en Europa para el momento de la Conquista. Pero España es la excepción. Hasta el momento en que Ponce de León va a pactar la capitulación para conquistar La Florida -unos indios en Puerto Rico le habían hablado de que ahí existía una fuente rejuvenecedora-aquél era un mito poco popular en ese país. Después vino el furor.

Pero, ¿tenía que ver la búsqueda de Ponce de León con el mito de la fuente de la juventud cultivado en la antigüedad? A juicio de Vladimir Acosta, no. El mito americano fue, según él, el resultado de un gran malentendido: "Ponce de León no era un hombre culto como para conocer la existencia de ese mito en Europa. Lo que sucedió fue que algunos en Europa, que sí sabían de la leyenda de Magno, cuando les llegó la información de Ponce de León vincularon las dos cosas. Entre los indios de las Antillas, como en cualquier cultura, existía un culto a las aguas, así que simplemente se trató de un ritual indígena leído en clave europea".

Sea lo que sea el mito americano de la fuente de la juventud duró poco. Su muerte estaba condenada por tres razones esgrimidas por Acosta: "Porque quedó claro que su origen era indígena y en el contexto de desprecio y racismo de la Conquista lo que fuese indígena estaba mal visto; porque los conquistadores eran católicos militantes e, igual que los musulmanes, los católicos parten de la idea de que el único que tiene capacidad de modificar las cosas es Dios (creer que el agua puede rejuvenecer a alguien es atribuirle a la naturaleza facultades divinas); y luego, porque los conquistadores en realidad estaban buscando otra cosa".

6. LOS GIGANTES

Un gigante sólo es un ser más grande que aquel que lo mira. ¿Eran realmente gigantes aquellas mujeres que Américo Vespucio dijo ver en Curazao? ¿Eran tan grandes los seres que Hernando de Ma-

gallanes bautizó como “patagones” en aquel viaje al litoral argentino? ¿No sería más bien la sorpresa o el miedo lo que les hacía ver gigantes donde sólo había hombres tan bien proporcionados como ellos?

El primero en hablar de gigantes fue Vesputio, seguido de Antonio Pigafetta, el cronista del viaje de Magallanes. Luego, otros cronistas se ocuparon de difundir historias de gigantes primigenios que oyeron de la boca de indios en Perú y Bolivia. Pedro Cieza de León describe ruinas arquitectónicas y esculturas asociadas a gigantes en Tiahuanaco (Bolivia), y Joseph de Acosta va más allá: cuenta de unos hombres descomunales que habían llegado sin mujeres a las costas peruanas, y que fueron castigados por un fuego caído del cielo a causa de su sodomía. Juan de Velasco retoma el tema en el siglo XVIII e intentando demostrar que los gigantes sí existieron, se refiere también a las esculturas de Tiahuanaco, y a las misteriosas esculturas ciclópeas de la Isla de Pascua.

En todos los grandes mitos de creación siempre hay gigantes. Y en todas las crónicas de exploraciones a lugares extraños igualmente. América no fue la excepción. Amparados en la imposibilidad de ser desmentidos, los viajeros medievales que iban a la India tenían que encontrar monstruos y gigantes porque sino, paradójicamente, sus historias carecerían de veracidad. Lo mismo ocurrió con los conquistadores que llegaron a este continente.

7. LAS AMAZONAS

La única tragedia de Aquiles no fue su talón. El héroe de la guerra de Troya tuvo también la desgracia de enamorarse de una mujer agonizante. Era bella, grande y fuerte. Pero lo más importante era que había sido él mismo quien con su lanza la había derrotado para luego prenderse de su belleza mientras yacía moribunda en sus brazos. Se llamaba Penthesilea y, según los relatos griegos, era la reina de las Amazonas.

Según el mito clásico, las Amazonas son un pueblo de mujeres guerreras, que pelean contra héroes como Aquiles, Teseo y Heracles, y siempre salen derrotadas. Dicen que se quemaban o cortaban el seno derecho para disparar mejor el arco (según la etimología antigua a mazos significa “sin pecho”), y que se apareaban con hombres sólo una vez al año para asegurarse la procreación: si parían niños, algunas versiones dicen que los mataban y otras que los conservaban hasta los siete

“

Si todo mito esconde una tragedia, el de El Dorado sería el más dramático de todos. Ningún otro, en la historia americana, ha causado tantas obsesiones y fracasos. Ningún otro es más recurrente y a la vez más escurridizo.

”

años para luego enviarlos a sus padres. Los hombres, en definitiva, vivían en un territorio distinto. Y muy lejos.

Gracias a los libros de viaje y a las novelas de caballería, las Amazonas eran un mito de mucho peso en Europa en el momento de la Conquista. Colón traía en su cabeza aquello que había escrito Marco Polo sobre la existencia de dos islas, una macho y una hembra, cuyos habitantes entraban en contacto en ciertas épocas, y dice que en el Caribe se encuentra una isla donde viven los caníbales y otra donde viven las mujeres.

Desde entonces las Amazonas son buscadas por todas partes de América. Es en Suramérica —sostiene Acosta— donde el mito alcanza su plenitud y donde se recogen los principales y más persistentes testimonios y leyendas acerca de su existencia. “Son muy blancas y altas —dice fray Gaspar de Carvajal, en su relato sobre la expedición en la que Francisco de Orellana bautizó al río Marañón como Amazonas— y tienen muy largo el cabello y entrenzado y revuelto a la cabeza, y son muy membrudas y andan desnudas con cuero tapadas sus vergüenzas, con sus arcos y flechas en las manos”.

Según escribe Carlos García Gual en su *Diccionario de mitos*, la difusión y mantenimiento del mito de las Amazonas tenía una motivación ideológica clara en la sociedad griega: revertir la tradicional distribución de los roles de los sexos. Beatriz Pastor, autora del *Discurso narrativo de la conquista de América*, le encuentra también un sentido utilitario en el caso del Nuevo Mundo: “Las Amazonas interesaban en la medida en que su presencia se asociaba, de manera constante, desde

la Edad Media, con grandes cantidades de oro, plata y piedras preciosas. La función del mito a lo largo de la Conquista es la de ‘elemento anunciador’ de la proximidad de los objetivos fabulosos”.

8. EL BUEN SALVAJE

El cristianismo en sus primeros siglos estuvo repleto de historias de anacoretas perdidos en los desiertos de Egipto y Palestina, pero los cristianos medievales amaban otras cosas: la ciudad, la cultura y el conocimiento. Y aquellos que se salieran del marco, eran considerados simplemente bestias y salvajes. La ciudad era el único medio posible para la cristianización y salvación del alma.

El mito antiguo del Buen Salvaje, desaparecido en el contexto medieval, reaparece justamente con el Descubrimiento de América. Ante aquella naturaleza espléndida poblada de gente bella, el concepto imperante de que en los pueblos periféricos y extraños reinaban monstruos, desaparece. Los textos de Colón, Vesputio y los cronistas como Pedro Mártir, hablan de seres que, aunque caníbales, son prolíficos, sanos, no conocen la propiedad privada y viven muchos años.

Pero el mito dura poco. Con una velocidad y facilidad pasmosas, la imagen que los europeos tenían de los indios cambia de un extremo a otro. “El Paraíso se torna en el Infierno —dice Vladimir Acosta en *El continente prodigioso*—, y se transforma en salvaje a secas, en enemigo a aplastar y destruir, en monstruo cargado de todos los defectos, capaz de todos los crímenes y bestialidades”.

Pero en medio de aquel cuadro, algunos misioneros, en especial en México, empiezan a reivindicar a los indígenas. El mismo Cortés utiliza la palabra “naturales”, sin duda más amable, para referirse a ellos. Bartolomé de las Casas, a quien Beatriz Pastor adjudica “el primer intento de restituirle al indígena la humanidad que le había sido arrebatada”, se apoya igualmente en palabras como “inocencia”, “simplicidad” y “mansedumbre”.

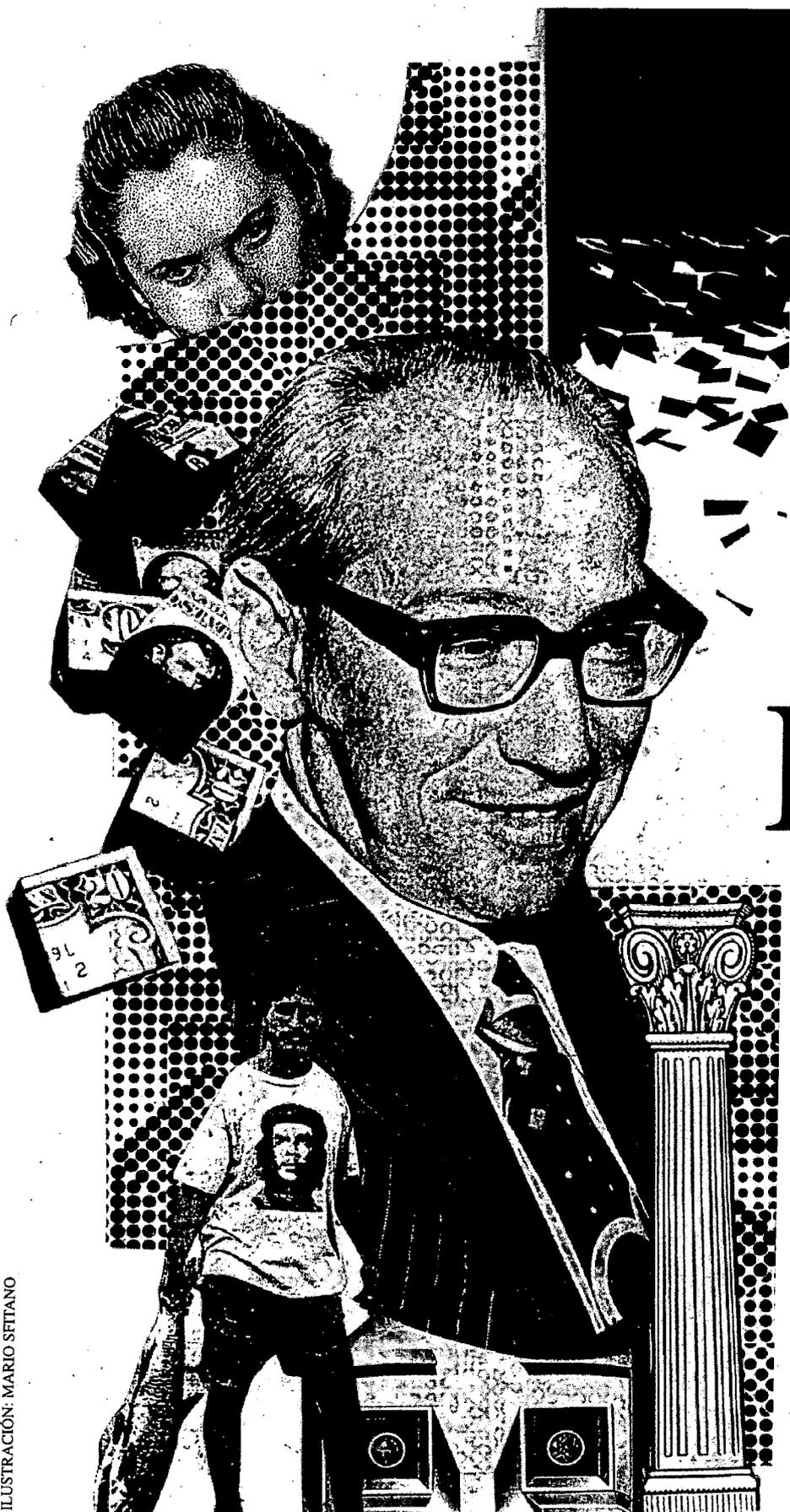
El mito del Buen Salvaje reaparece entonces, y llega a su más acabada elaboración bajo la autoría de los franceses, quienes a mediados del siglo XVI intentan establecerse en las costas del Brasil y crear una suerte de Francia Antártica, de corte calvinista. Aunque el intento fue fallido, generó una verdadera moda que sirvió para cuestionar su propia sociedad. Para ellos Francia albergaba mucho de barbarie. El mundo feliz estaba en otra parte ■

Renny apuntes para un mito

■ Ewald Scharfenberg

La última muerte de Renny Ottolina fue, con todo el descalabro metálico que suele caracterizar al estrellamiento de una aeronave, apenas otra evidencia física de que su destino venía en picada. ¿Desde cuándo? Quien lo quiera determinar, quizás deba remontarse hasta aquella nefasta zambullida que confinó a su hija Rhona en la silla de ruedas. O aún más atrás, hasta 1969, al sonado secuestro de dos de sus hijas. En todo caso, para las elecciones presidenciales de 1978, en las que se postuló como única opción independiente ante el bipartidismo rampante, poco quedaba ya de aquella criatura mediática que durante los años 60 había consagrado a nivel local la televisión como un género específico del espectáculo y que, a poco de finalizada esa década deslumbrante, fue fagocitado por la misma industria a la que dio vida y que terminó por verlo como una amenaza.

El astro derribado de la cima por golpes de ciega desdicha; cuántos elementos de novela no se concentran en esta parábola. Y, sin embargo, el revés definitivo sufrido a bordo de la avioneta YV-1019 P terminó por darle una categoría ya no de fábula aleccionadora, sino de auténtico mito. Una muerte indecible, difícil de imaginar en su instantánea brutalidad, y además misteriosa: tal el tipo de eventos que suele precintar



ese terreno de la mitología, paradójicamente colectivo e inaccesible, donde lo puro racional se preña de emociones.

Como la niebla que acostumbra rodear esos altos riscos de la Cordillera de la Costa donde sucedió la tragedia, un vaho de conspiración sigue flotando en torno a la reconstrucción de los hechos de la tarde del 16 de marzo de 1978. Nuevamente, las intuiciones matizan, si no descalifican de plano, los datos aprehendidos por la razón: a despecho de las experticias del técnico norteamericano Jaime Serra y de otros testimonios igualmente competentes que sugerían un error humano como probable causa del siniestro, y sin reparar en las pruebas exhibidas durante la investigación parlamentaria que siguió al accidente, perduran las dudas transmutadas en consejas que de vez en cuando, por obra de una mano menos artesanal que artera, afloran en las paredes de Caracas con el ominoso grafiti: "CAP mató a Renny". Ni siquiera se pretenda certificar la pertinencia de estas sospechas, aunque, en descargo de la obstinación con que algunos se resisten a aceptar las versiones oficiales, se tendría que recordar que el tenebroso Grupo GATO de Molina Gásperi tuvo a su cargo las labores de levantamiento de los añicos que se constituyeron en pruebas. Habrá que limitarse, pues, a tomar nota de que los argumentos técnicos siguen dándose de nariz contra la sensación amurallada de que algo irresoluble, impensable, impronunciable, y quizás hasta sobrenatural, es lo que yace y yacerá siempre en la desaparición física de Renny Ottolina.

Con frecuencia, en esta tensión cómplice entre lo intelectual y lo emocional encuentra la memoria común la única forma para echar de menos a esos individuos desaparecidos sobre los que, en vida, confluyeron las proyecciones de lo que el grupo desea o pretende ser. Nadie elige estar en esa posición, ni se la gana por cotas de arraigo popular ni por el monto y calidad de los laureles conquistados. De Renny se llegó a decir, documentación en ristre, que importó sin tropicalizaciones previas el formato televisivo de Ed Sullivan, que imitó de Steve Allen ese característico ademán con que se acomodaba los lentes, también emblemáticos, de pasta, y que de la simple emulación pasó al calco descarado de la escenografía y los tiros de cámara del Show de Vera Lynn, transmitido por la BBC de Londres. Que en materia de idolatría otras figuras, como Alfredo Sadel o César Girón, por

ejemplo, consiguieron —en cuantía y fidelidad— hacer las genuinas representaciones de lo nativo con significación universal, que jamás pudo encarnar ese patiquincito de Camoruco de apellido italiano e ínfulas de prematura mundialización. Hasta se podría apuntar que ni tan sólo en la muerte obtuvo un blasón de estricta originalidad, si se considera que 43 años antes un señor de apellido Gardel inauguraba entre la farándula latinoamericana la modalidad de desaparición por vía del siniestro aéreo. No obstante, ninguno de esos alegatos impide a nadie creer —y el verbo parece apropiado, porque aquí hablamos de asuntos rayanos en la fe— que Renny Ottolina fue bastante más que sólo un efectivo vendedor de productos *premium*; no hay un pero tan contundente para persuadir de que tampoco hay aquí pasto para la leyenda, incluso a aquellas nuevas generaciones que del animador apenas tienen la vaga referencia de un alguien muy querido que se malquistó, mucho antes que Chávez, con el presidente Pérez.

Claro que tampoco se trata necesariamente de redenciones telúricas y atavismos al fin saldados. Entre las muchas tensiones simbólicas, afectivas y psicológicas que resumió Renny Ottolina, cuesta echar a un lado su impúdica jactancia, ese afán de perfeccionismo colindante con la tiranía en el que siempre se pudo leer un antiparejerismo que aún hoy se nos antoja a contracorriente con el paternalismo que, en el transcurso de los años 60, se desarrollaría embalado hacia el clímax populista de la Gran Venezuela. Era el hombre público que reconvenía a la masa teledevota mediante el uso, en una cuña institucional, de un rebaño de reses como lacerante símil del mal comportamiento ciudadano. Era el maniquí hierático en el claroscuro de las fotos de Sigala. También el hombre que propalaba con su ejemplo la licitud de hacer dinero y la fascinación de consumir con él todo cuanto la naciente sustitución de importaciones pudiera ofrecer, pero que a la vez sacaba de quicio al *establishment* con su título autoconferido de "primer hippie de Caracas" que, a los 16 años de edad, había probado la marihuana "por el solo hecho de que estaba prohibido". Si parecía, quizás sin serlo del todo, revolucionario o *outsider*, seguro que era algo que jamás ocurría contra su voluntad de comunicador. Tal vez sólo fuera un ser extraordinario que, como todo trastorno de la norma, se atraviesa en el gajnate de una colectividad que nunca alcanza a saber

cómo asimilarlo. Casos que no abundan demasiado, aislados y esporádicos como son, que se recuerdan como la piedra en el zapato del gentilicio, pero que a lo mejor catalizan un aspecto genéticamente codificado del sentir venezolano: es probable que siempre nos hayamos querido presentar como Miranda, soberbios, cosmopolitas, fatalmente condenados al éxito foráneo y a la ineptitud local, aunque invariablemente terminemos por preferir ser como Páez, vivaces, silvestres, astutos, desobligados, y con unas ansias tremendas de ser reconocidos por la mantuanidad global.

Antes de que se instaurara el imperio del Tiempo Real, Renny obtenía un efecto de acercamiento y acontecimiento para cada una de sus transmisiones pregrabadas. Su garbo innato y la condición de pionero sin duda le dieron ventaja ante una audiencia que asistía, arrobada, a los pininos del entretenimiento televisivo. Entonces, muy por encima de un Víctor Saume o un Henry Altuve, tenía cómo cordializar con naturalidad durante un viaje a París, en un diálogo con Mina o Charles Aznavour, o en el ceremonial de palacio. Hablaba inglés, francés, italiano y algo de alemán, pero se especializó en la traducción simultánea de las técnicas y maneras del espectáculo —valga decir, de la comunicación— que apenas empezaban a estar en boga en el centro del mundo, y con esto dio pie para cimentar la hipótesis de que acaso azuzara en su quehacer las causas de una histórica querrela que mantenemos con nuestra conciencia colectiva: ¿somos lo que hemos querido ser, o queremos ser lo que no podemos? Cualesquiera sean las respuestas para la distancia que se abre entre lo que se es y lo que se representa, no se podrá negar que sólo se añora aquello que nos luce propio y se perdió, o todavía no se consigue.

Que quede sentado después de estas disquisiciones que el intento encaminado a demostrar, a partir de la data del *rating* o la enumeración de Guaicaipuros de Oro, la imposibilidad de que Renny Ottolina acceda al Olimpo de la mitología local, desembocará en un ejercicio estéril. Y no porque, aún con carácter póstumo, esté todo dicho acerca del personaje, sino por lo contrario: porque ya no hay cómo incidir en la formación del mito. Lo que no resulta fácil de reconocer pues, al contrario de la existencia estridente y vertiginosa del hombre de TV, éste es un proceso paulatino, silencioso, subterráneo e indetenible, así como se sigue moviendo la historia, así como se mueve el planeta mismo □

Lady Di del trágico cuento de hadas a la leyenda

■ Francisco Tremonti

La muerte de la princesa, supuestamente causada por los paparazzi, fue motivo para que se alzaran voces airadas en todo el mundo, pidiendo un mayor control de la prensa y algún tipo de protección para la vida privada de los individuos. Desde el hermano menor de Diana, como personeros del gobierno británico, hasta figuras como el canciller alemán Helmut Kohl, el tenor Luciano Pavarotti o Tom Cruise, destacan la necesidad de poner fin a tanto abuso por parte de periodistas y fotógrafos.

Un caluroso día de verano, 1961, nace en Park House, cerca de Sandringham, Norfolk, Inglaterra, en tierras pertenecientes a la Corona, una niña rubia y espijada a quien nombraron Diana Frances. Aunque de noble cuna, hija del Vizconde de Althorp, un noble oscuro, perteneciente a la rancia nobleza inglesa, su niñez fue más bien la de una campesina, libre como el horizonte, con el cielo azul de su tierra reflejado en sus ojos.

Su vida alegre de niña se nubló de pronto, tenía solamente nueve años, cuan-



do su madre se fue con otro hombre y sus padres se divorciaron. El sentimiento de abandono y soledad producto de esta separación fue su sombra durante la mayor parte de su vida. Le acompañó en la Escuela Preparatoria de Riddlesworth y más adelante en la Escuela de West Heath, cercana a Sevenoaks, en el departamento de Kent. Terminó su educación formal en el Instituto Alpino Videmanette, en Rougemont, Suiza. Quizás la nieve, el frío y los horizontes de montaña le ayudaron también a soñar.

Un año después, 1979, buscando un poco más de independencia y una vida mejor, se mudó a la gran ciudad, Londres. Un sencillo apartamento en Coleherne Court le dio cobijo. La que nació noble vivía con humildad de su trabajo. Se mantuvo, primero, cuidando al hijo de una pareja de norteamericanos y, más tarde, como maestra en un Jardín de Infancia. Su suerte no pudo acabar con sus sueños. Enamorada del amor, como toda muchacha saliendo de la adolescencia, quizás soñó con su boda y su Príncipe, con su blanco vestido de novia, ataviada con un largo velo de nubes, ceñida su frente por una corona. Y su sueño, al menos parcialmente, se hizo realidad.

PERTENECIENTE A LA REALEZA

Parece ser que conoció al que más tarde sería su esposo en una partida de caza, en su tierra natal de Althorp. El 24 de Febrero, 1981, se anunció oficialmente la boda de Lady Diana Frances Spencer con el Príncipe Carlos, heredero del trono de Inglaterra. Meses más tarde, 29 de Julio de ese mismo año, se celebró su boda en la Catedral de Saint Paul, en la zona popular de Londres. Se afirma que la ceremonia fue seguida por más de mil millones de personas, alrededor del mundo, por radio y televisión, además de los seiscientos mil espectadores que se acumularon en el trayecto del Palacio de Buckingham hasta la Catedral, ansiosos por ver y aplaudir la carroza real, tirada por cuatro briosos caballos blancos, que conducía a los Príncipes. Era la primera mujer inglesa que se casaba con un Príncipe Heredero Británico en unos trescientos años. Fue el primer contacto de Diana con las multitudes y los Medios. Ninguno de los dos la abandonaría más.

A pesar de que Diana no era ni la Cenicienta, ni la Bella Durmiente del Bosque, se casó enamorada de su príncipe buscando seguridad, amor y comprensión,

“

Aquí, jovencita, es aspirante a celebridad. En el rostro que voltea, desviándose del de la pareja en el primer vals, está ya esa mirada de avidez. ¿Qué busca? Lo que delata el brillo del flash en los ojos; la cámara, que la transforma ya para siempre en imagen.

”

dando entrada en su interior a un mundo, quizás idealizado, pero desconocido. Carlos, por su parte, es posible que, siguiendo los consejos de su padre, el Rey Consorte, consiguió una muchacha joven, sin amoríos ni novios que dejar atrás, virgen, que pudiera traer vástagos de sangre limpia a la Corte de Inglaterra. Y en la maternidad no falló Diana. El matrimonio tuvo dos hijos, el Príncipe Guillermo, Arturo, Felipe y Luis, actualmente de 16 años de edad, y el Príncipe Enrique, Carlos, Alberto y David, dos años más joven.

Diana se involucró desde el principio con el quehacer normal de la familia real a la que pertenecía. Hizo diversas apariciones en eventos sociales y deportivos. En 1985 viajó con el Príncipe Carlos por Australia, Brasil, India, Corea del Sur, Japón, Nigeria, Camerún, España y Portugal. Su primera aparición oficial pública en solitario fue en los funerales de la Princesa Grace, de Mónaco, representando a la Familia Real. Pero ante todo, fue una madre que quiso cuidar de sus hijos.

Amamantó a sus dos bebés como una mujer normal. Ya desde pequeños trató de que su educación fuera también normal. Desafiando las rígidas normas de la Corte, los inscribió a ambos en un pre-escolar. Aquí comenzó a verse con mayor claridad su rebelión contra los estereotipos de la familia real. Acostumbró a sus hijos a recibir su mesada, para que entendieran el valor del dinero. Participó en sus juegos deportivos infantiles. Antes de planificar sus actividades revisaba el calen-

dario escolar, para asegurarse de que sus compromisos no entraran en conflicto con su rol de madre. Sus hijos fueron siempre lo más importante para ella. Les demostró abiertamente su afecto en cualquier circunstancia en que se encontrara.

Así seguía siendo Diana, una mujer joven, ingenua, fresca, espontánea e independiente, como también vulnerable, incomprendida e insegura, es decir, todavía una niña. Y ese era el encanto especial que transmitía, ese contacto directo con el niño que todos llevamos dentro, y por el que la gente la amó desde el principio. Muy pronto, también, se dio perfecta cuenta de la eficacia de los medios para soportar y desarrollar una imagen. Luis Brito García nos relata, en *El Nacional* (14/9/97) en entrevista a un paparazzi, su búsqueda y encuentro con los Medios, mostrándonos algunas de sus fotos: “Aquí, jovencita, es aspirante a celebridad. En el rostro que voltea, desviándose del de la pareja en el primer vals, está ya esa mirada de avidez. ¿Qué busca?. Lo que delata el brillo del flash en los ojos; la cámara, que la transforma ya para siempre en imagen...”

Estos fotografías free lance, cuya denominación proviene de Paparazzo, nombre que Federico Fellini puso al que perseguía a la protagonista de *La Dolce Vita*, que en el plural italiano se internacionalizó como “paparazzi”, son los que mejor nos pueden ayudar para comprender la utilización que hizo Diana de los Medios. Siguiendo con el fotógrafo que entrevista Luis Brito G., nos hace una semblanza de su actitud ante las cámaras: en una secuencia de fotos “ella en equitación, ella en tenis, ella en cricket, ella en la embajada... En ninguna toma fija la mirada en la yegua, la pelota, el bastón o el agregado naval. Vuelve siempre los ojos, no hacia mí, sino hacia la cámara, que es el espejo de la gente que es Gente”. Posteriormente, Diana guarda cierta distancia de las cámaras, pero sabiendo que están allí. Muchas veces su mirada se pierde en el vacío, mira a lo alto, pero su fresca sonrisa está dedicada a las cámaras, siempre las cámaras:

En otras ocasiones, en cualquier salón o espacio cerrado, buscaba siempre un centro virtual y bien iluminado, donde pudiera mostrarse completamente, donde pudiera lucir sus trajes y sus joyas como si no le importaran, lo que normalmente hace que el prestigio de éstas revierta sobre la modelo. Al lado de esto, sus innumerables apariciones en los Medios,

sus declaraciones explosivas a veces, sus múltiples venturas y desventuras, el fracaso de su matrimonio y su venganza, el pase de factura a la familia real, etc, hicieron de Diana el pan de todos los días en las mal llamadas "Revistas del Corazón". Lady Di fue entronizada como un icono mediático de nuestro tiempo y ella aceptó encantada, no sin cierta ingenuidad por su parte, el rol que se le atribuía, sin tener en cuenta que era poco compatible con el oficio para el que había sido elegida.

EL PAPEL DE LOS MEDIOS

Lady Di fue siempre una noticia, pero no una noticia cualquiera, sino una que ayudaba a vender periódicos y audiencia. Si la última información sobre Diana no aparece en la portada se pierde la venta en los kioscos, se pierde un día, desmesurablemente rentable para el negocio editorial, o para la audiencia, y ningún empresario de los Medios estuvo dispuesto nunca a perderse tal oportunidad. La diferencia entre la prensa sensacionalista, o los programas amarillistas de televisión, y la prensa seria no es en lo que buscan, dinero, sino en los medios que utilizan para tal fin.

Después de la muerte de la Princesa de Gales se habló mucho en torno a la prensa, sensacionalista o no, los paparazzi y los culpables de su muerte. Madonna, en la entrega de los Premios MTV, New York 1/9/97, no pudo aguantar la tentación de tocar el punto de Diana. En esta ocasión dijo enfáticamente que "todos y cada uno de nosotros tenemos responsabilidad...", que es igual a decir que nadie la tiene. Advirtió, además, sobre el desmedido interés que hay por el chisme y la vida privada de los personajes públicos. "Es hora de que dejemos de vivir, señaló, en medio de las desgracias de otros".

La cantante lanza la pelota al terreno del público, quizás con la excusa de que, dejándolo en manos de la conciencia individual, se iba a desvanecer la demanda de fotos comprometedoras e historias vulgares. El asunto es más complejo. Lo mismo que sucede con la venta y consumo de drogas, hay cientos de miles de personas dispuestas a esconder detrás del sofá cierta responsabilidad ética, con tal de obtener gusto y placer. Se trata de la tan manida cuestión de la oferta y la demanda.

Cierto tipo de gente quería ver a Diana, saber sobre su historia y circunstancias, luego había un mercado. Al mismo

tiempo, cuando se quiere esquivar la intromisión y se huye de las cámaras, cada foto vale mucho más. En algunos reportajes de televisión (12/9/97) salió a relucir que el conocido paparazzi M. Brennan recibió unos US\$ 400.000 por una foto, ciertamente no muy bien tomada, de Diana y Dodi Al Fayed en el Mediterráneo. Y otras revistas pagaron hasta un total de US\$ 1.000.000 por las fotos de la Princesa. Como dirían algunos, negocio es negocio.

Sin embargo, el simple "chisme" local no llama apenas la atención, o sólo interesa a unos pocos. Dado el enorme flujo de información que recibimos, los "chismes", además de las catástrofes, sangre, o famosos apellidos involucrados, tienen que ser globalizados para que causen efecto. Por supuesto, el chismeado tiene que tener una posición más importante que el chismoso. La gente común, en cualquier lugar del planeta, quiere historias completas, la biografía completa si es posible, como señala Otto Casale en *El Diario de Caracas* (1/10/98), sucesos contados a la manera de las telenovelas, con un inicio, un desarrollo, muchos personajes y golpes escénicos, dolores y dramas, un cierto sentido de fatalidad... y la lógica entrega por capítulos. La vida de la Princesa de Gales tuvo todo esto y mucho más: una boda real, dos hijos, un matrimonio infortunado -Carlos confesó públicamente que nunca la había amado- revancha contra su esposo y la familia real, glamour, dinero y belleza, anorexia, bulimia, intentos de suicidio para llamar la atención, etc, todo un conjunto inmejorable de historias para las "revistas del corazón".

Sociológicamente, dicen algunos, se trata simplemente de que el chisme sobre los poderosos y los famosos es una especie de gozo sádico, que asegura, al mismo tiempo, la venganza del hombre común sobre los que lo poseen todo, ya que, teniendo una vida ordinaria, también se pelean, engordan y se ponen cuernos, no son mejores que ninguno. "Desde los dioses del Olimpo, sigue afirmando Casale, a los dioses de este fin de siglo, los dramas han sido los mismos: traiciones, divorcios, asesinatos, viudeces, ascenso social y estrepitosas caídas. Las pasiones son siempre las mismas: amores, odios, celos, avidez y ambiciones". El problema consiste en que, al ser globalizados, los chismes cobran relieve y promueven la simpatía o rechazo del público. Sin embargo, estos tabloides sensacionalistas pueden influir decisivamente en la opinión pública, por lo que da lástima ver a tanta gente arrastrada por la nariz, ya que para vivir en democracia, por ejemplo, se supone que el pueblo tiene cierta independencia mental, cierta resistencia intelectual y emocional.

Fundamentalmente, la prensa sensacionalista es la que creó la figura de los paparazzi, de cuyo servicio se aprovechan



ILUSTRACIÓN: JOHN FUENTES

todos los Medios. Son fotógrafos profesionales avezados en todo tipo de misiones, ya sean de guerra o conflicto y de paz. Los empresarios de los Medios, que son en definitiva quienes pagan sus reportajes, también asignan a los paparazzi los objetivos a tomar. Se refieren generalmente a personas notorias, no solo por su papel en la sociedad, en la farándula, como artistas y actrices de Hollywood, sino también políticos notables o gente perteneciente a la nobleza o al sector adinerado. Para lograr sus reportajes, léase su subsistencia, muchas veces tienen que molestar, perseguir, acosar. Sus defensores afirman que en realidad son artistas, artistas que desnudan el alma de sus personajes, descubriendo su vulnerabilidad, que saben congelar en sus fotos miedos, gozos, soberbias, inseguridades, llantos y risas interiores.

Por otro lado, son los artistas de Hollywood los más indignados con ese hostigamiento de los paparazzi. Como señala Juan A. Gonzalez, en *El Nacional* (14/9/97), la misma Catherine Deneuve afirmó de ellos que "...son los perros de la guerra de la industria de la prensa sensacionalista". Estas sanguijuelas de la sociedad, como los han llamado, provocan a sus perseguidos para que muestren emociones violentas, rabia, ira, frustración, cuyas fotos valen más dinero. Testigos de esto último pueden ser Arnold Schwarzenegger, cuya limosina fue cercada por dos carros, donde se trasladaban varios fotógrafos, o Tom Cruise, en el estacionamiento de un aeropuerto. Este ataque sorpresivo, denominado en EE.UU "rat attack" (ataque de ratas), motivó a George Clooney, el último Batman, a quejarse de que los paparazzi se sientan en los árboles, se esconden entre los arbustos, se disfrazan y se guarecen hasta en los maleteros de los carros. Diana no fue una excepción. Como se puede ver, el oficio de los paparazzi no es de lo más atractivo.

Tenemos que tener en cuenta que el desarrollo de Medios globales y de la industria del entretenimiento ha convertido a la fama en una mercancía por derecho propio. En *The Faustian Bargain* (*The Economist* 6/9/97) se perfila a Diana como una "famosa global" de un nuevo tipo, diferente al tradicional. Diana no había hecho ningún descubrimiento especial, ni había sido una escritora, ni conquistado nada. Simplemente era famosa. Sin embargo, Claudine Castelnaud, en la revista *Reforme* ("Diana: retour sur images" 25/9/97) nos da una posible



La vida de la Princesa de Gales tuvo todo esto y mucho más: una boda real, dos hijos, un matrimonio infortunado —Carlos confesó públicamente que nunca la había amado— revancha contra su esposo y la familia real, glamour, dinero y belleza, anorexia, bulimia, intentos de suicidio para llamar la atención, etc., todo un conjunto inmejorable de historias para las "revistas del corazón"



clave. En este delirio mediático que nos acompaña, impotente como actor, el ciudadano pasa a ser insaciable como espectador. El consenso mediático es imperativo, "impide toda distancia crítica frente al acontecimiento... nos sitúa constantemente en esta posición de estar obligado a vivir sentimientos que no han madurado en nosotros, ante los cuales no se tiene ni el tiempo, ni la posibilidad -¿libertad?- de ir a buscar el sentido profundo en nosotros mismos".

De todas maneras, si queremos afinar el papel de los medios en nuestro tiempo, tenemos que superar el viejo mito de la "omnipotencia de los Medios". Este mito se basa en la concepción esencialista del poder, un atributo natural que se da a unos pocos, y no un concepto relacional, que exige un análisis de asimetrías y diferencias entre las partes. En la primera concepción, los Medios son el Poder. En la segunda, en cambio, algunos Medios, o determinados soportes mediáticos, pueden ser la parte más fuerte, o una de las más fuertes, en ciertas relaciones, así como la más débil en otras, dependiendo de los recursos que se puedan movilizar en un caso o en otro.

Tras la muerte de la Princesa de Gales se acusó a los Medios de ser causa de todos los males. Esto puede ser tan arbitrario como eximirlos de toda responsa-

bilidad, en función de que sólo responden a lo que las diferentes audiencias les piden. Aunque las leyes del mercado estuvieran expresadas en estas categorías, todos sabemos que el mercado no es fuente de derecho, ni tampoco de ética.

DERECHO A INFORMAR VS. DERECHO A LA INTIMIDAD

La muerte de la Princesa de Gales fue la que suscitó de nuevo una vieja temática sobre la responsabilidad social de los Medios de Comunicación. El problema está planteado en torno a los que creen y opinan que, cuando se trata de personajes notorios, la división entre lo público y lo privado no existe, luego la prensa tiene derecho a hostigarlos para informar, y la de aquellos que defienden que lo privado es privado y no se tiene que mezclar con lo público. El derecho a la libre expresión no involucra a la privacidad.

Richard Sennet, en su trabajo *El declive del hombre público*, comenta cómo uno de los cambios más profundos en la sociedad occidental en estas últimas décadas ha sido la confusión entre los ámbitos de lo público y lo privado. Tal confusión se manifiesta en el hecho de que cada vez más las audiencias globalizadas, aguijoneadas por lo medios sensacionalistas de comunicación, protagonizan un creciente interés por enjuiciar en público la vida privada de otros. A este respecto, apunta Sennet, "las gentes están resolviendo en términos de sentimientos personales aquellas cuestiones públicas que sólo pueden ser correctamente tratadas a través de códigos de significación impersonal". Ahí tenemos, por ejemplo, el caso del Presidente Clinton y el de tantos políticos y estrellas del arte.

Marta Colomina, en su artículo "Chismorreos periodísticos", en *El Universal* (14/9/97), afirma como síntesis que "lo público se personaliza, se adoba con chismes de la vida privada de los personajes políticos y empresariales, y lo privado, en el que predominan los asuntos amorosos y los sentimientos... se hace público". Y termina diciendo que "no es novedad reconocer que los massmedia se han convertido en los instrumentos que estimulan este apetito popular por la chismografía y el voyeurismo: las modernas tecnologías contribuyen a exacerbar el fenómeno.

Hace años, Fernando Savater se preguntaba, en el diario español *El País* ("Embajador en el infierno" 8/9/87), "¿Quién ha establecido el principio de que

nadie que pueda ser considerado personaje público -es decir, nadie en absoluto, pues todos somos personajes públicos si los medios de comunicación quieren considerarnos tales- tiene derecho a ocultar aquellas esferas de su intimidad que no desea ver propaladas por los ociosos y negociadas por parásitos?. Sólo una mentalidad totalitaria, un inquisidor en ciernes, un descerebrado de peluquería o un viales, que quiere hacerse rico husmeando braguetas, puede creer que el público tiene derecho a ser informado de lo que no le afecta ni le concierne, en cuanto a conjunto de ciudadanos. Basta que haya cierta prensa que viva de quienes venden sus ridículos secretos al mejor postor: es una de las fronteras miserables del periodismo, la que bordea la tampoco mal remunerada ocupación del chantajista”.

Estoy seguro de que habrá muchos críticos e intelectuales que estén de acuerdo con lo dicho anteriormente. Sin embargo, también es cierto que hay todavía muchos periodistas que piensan que los personajes famosos no tienen derecho a su intimidad, pues este es el precio que tienen que pagar por su fama. No cabe duda de que Diana utilizó a los Medios para crear y desarrollar su imagen, al mismo tiempo que la ayudaban a llevar adelante públicamente sus rencillas personales, tanto como la promoción de causas nobles y caritativas. Y los Medios le cobraron la factura. Como dice muy bien Marta Colomina en *El Universal* (“In show business, no show, no business” 7/09/97) la salida de cierto tipo de información y su tratamiento no depende de los involucrados, sino de los empresarios editoriales. “...no es novedad afirmar que la princesa, fallecida trágicamente, fue una creación de los medios sensacionalistas, que la persiguieron ferozmente desde el momento en que los propios medios decidieron que ella encarnara el prototipo de heroína noble en un mundo lleno de plebeyos...”. En definitiva, ¿quién usa a quién?. Pareciera que en algunos casos hay cierto tipo de entendimiento entre ambas partes, lo que quisiera decir que es satisfactorio para ambas también.

Sin embargo, esta tendencia permea a todo el mundo. Los periodistas se consideran habilitados para entrar en todo terreno, aun el más privado, como si la libertad de expresión fuera ilimitada. Un sutil cambio de lenguaje nos lleva también en esta dirección: un pretendido “derecho a la información” sería darle patente a la

“

Tras la muerte de la Princesa de Gales se acusó a los medios de ser causa de todos los males:

Esto puede ser tan arbitrario como eximirlos de toda responsabilidad, en función de que sólo responden a lo que las diferentes audiencias les piden. Aunque las leyes del mercado estuvieran expresadas en estas categorías, todos sabemos que el mer no es fuente de derecho, ni tampoco de ética.

”

difusión de lo más íntimo de cualquier persona, con independencia de sus efectos en la fama y el buen nombre del interesado.

La muerte de la princesa, supuestamente causada por los paparazzi, fue motivo para que se alzaran voces airadas en todo el mundo, pidiendo un mayor control de la prensa y algún tipo de protección para la vida privada de los individuos. Desde el hermano menor de Diana, como personeros del gobierno británico, hasta figuras como el canciller alemán Helmut Kohl, el tenor Luciano Pavarotti o Tom Cruise, destacan la necesidad de poner fin a tanto abuso por parte de periodistas y fotógrafos.

La protección de la privacidad es objeto, según los países, de una legislación más o menos completa y, según los casos, más o menos aplicada. En Francia, por ejemplo, el artículo 9 del Código Civil es claro y tajante: “...toda persona tiene derecho al respeto de su vida privada...”. Además, está prohibido revelar al público cualquier relación, verdadera o imaginaria, que se atribuya a una persona. En España y el Norte de Europa disponen de una legislación parecida a la francesa, aunque se pueden mostrar flexibles en cuanto a la imagen de personas que ejercen cargos públicos.

En Gran Bretaña, donde la libertad de información sigue siendo intocable, se

debate en la actualidad en torno a la necesidad de reforzar el código de conducta de la prensa ya existente y que se aplica de manera voluntaria. Por su parte, los diarios británicos se pronunciaron contra toda legislación que refuerce el derecho a la vida privada, frente a las intrusiones de la prensa. Proponen más bien una pregunta retórica: ¿qué eficacia tendría una norma legal, cuando la comunicación mediática se expande por el mercado global?. Por su parte, el Gobierno Británico se inclina más bien a reforzar un autocontrol de los medios, lo que supone también un cambio de valores, sumamente difícil de conseguir.

Por el momento, tanto en Europa como en América, la división entre lo público y lo privado sigue siendo sumamente difusa. En Estados Unidos, por ejemplo, no existe alguna ley federal que garantice la intimidad, aunque algunos Estados, como el de New York, han adoptado una legislación específica sobre el tema.

Por nuestra parte, tenemos en Venezuela el artículo 59 de la Constitución, que reza de la siguiente manera: “*Toda persona tiene derecho a ser protegida contra los perjuicios a su honor, reputación o vida privada*”. Por otro lado, el artículo 66 señala el derecho a la libre expresión e información. Entre ambas se sitúa la práctica periodística, que tiene que hacer un uso razonable de los valores de la convivencia y del sentido común.

¿QUÉ VEÍA LA GENTE EN DIANA?

Diana poseía una figura esbelta, bella, era elegante, con una sonrisa espontánea a flor de labios, lucía trajes y joyas, formaba parte de la élite social, viajes, relaciones, se había casado con el heredero del trono. Su vida nunca fue una vida angustiada por la economía o el trabajo. Su imagen era la de una princesa de los viejos cuentos de hadas, o la bella heroína romántica de una telenovela vivida día a día, de mirada alegre, cubierta muchas veces por un velo de tristeza, que sale de la pantalla para hacerse algo real, palpable, con quien poderse identificar. Esta locura con Diana viene por la necesidad de mucha gente, sobre todo mujeres, de tener algún ídolo, sólo por su seguridad psicológica... para agarrarse a algo.

Nos dice Alirio R. Martínez en *El Globo* (“¿Quién llora por la princesa?” 12/9/97) que fueron más las mujeres que los hombres las que lloraron la muerte de

Diana. Añade que "...la aproximación sentimental a las mujeres se acrecentó cuando se hizo pública su situación de mujer engañada". "...Fue ella quien explotó como cualquier campesina polaca, o secretaria neoyorquina, o artista mexicana... frente a la conjura hipócrita y palaciega del marido infiel: I am sorry, gritó a todo pulmón. No me lo calo. Segundos después de la noticia las féminas estallaron de júbilo en el planeta".

Al lado de una serena belleza de aristocrática recepción social, o de sofisticados desfiles de modas, o de acompañante en muchos de los actos protocolares de postín, había una rebeldía innata, una sensibilidad especial captada por la gente común y sencilla. Encarnaba algo distinto a la Monarquía de su país, cuyo prestigio se basa en la diferencia, el ocultamiento y en la distancia que debe mantener frente al pueblo. Diana, por el contrario, basaba su popularidad en la proximidad sentimental al mismo, en promover obras asistenciales, acarició a niños negros y hambrientos, abrazó a enfermos de sida, y se dedicó a denunciar las minas antipersonales, enterradas en los caminos de la ex Yugoslavia -vendió sus vestidos y algunas joyas para apoyarlos- lo que dio a todo lo suyo como un toque mágico.

De nuevo con Alirio Martínez, "Diana fue el arquetipo de la mujer de hoy: mitad antigua, mitad postmoderna". En la antigua, muchas mujeres del mundo entero en su estereotipo: bonita, elegante, dulce, madre, objeto de las atenciones masculinas. En la segunda, se identifican con su activismo social y "con su decisión de sacrificar la vida de palacio y sus honores... por una vida libre para andar con amigos y procurarse nuevos amores, menos fríos y distantes".

En definitiva, Diana trajo compañía a muchas mujeres en sus noches solitarias y estaba presente en los pensamientos emancipadores de otras muchas. Su muerte causó una herida muy profunda en el imaginario femenino de la mujer ideal. A través de su transcendencia es posible que mucha gente viviera el único espacio de encantamiento, el único territorio del ensueño y la ilusión, que tanto necesitamos en la dura realidad de la vida diaria.

MUERTE Y LEYENDA

El cuento de hadas terminó abruptamente. Su funeral fue un poco mezcla de nuestra contemporaneidad: mitad información y mitad entretenimiento. Dia-

na no tuvo una vida muy feliz, eso sí, una vida llena de actividad, riquezas y alegría, solo que la alegría no significa siempre felicidad. Murió prematuramente en la cumbre de su celebridad, perviviendo su imagen juvenil y transmutándose en mito.

Los diversos Medios de todo el mundo dedicaron a su recuerdo abundantes espacios durante una semana entera. CNN pasó programa tras programa dedicados a ella hasta el día de su funeral. En un mundo aparentemente sin noticias, la gran noticia era Diana. Fueron precisamente los Medios los que la presentaron como "una víctima inocente", con aire de ninfa, glamorosa e ingenua, lo que la hizo tan atractiva a los corazones del público mundial.

Senta Essenfeld nos cuenta en *El Nacional* ("Cuentos de hadas" 8/9/97) que "Diana, no la cazadora, sino la atrapada, es, sin embargo, símbolo inevitable de una femineidad herida, en su ansia de bien hacer y bien dar, no sólo en su vida personal, sino en su vida pública...". Y cuando aparece el mito se enfatizan sólo las cosas bellas y positivas, difuminándose los aspectos defectuosos, físicos y espirituales, de su personalidad. Así apareció para mucha gente como "una luz que brillaba con fulgor y dulzura", siendo para otros "una mujer de compasión". Es posible que Diana continúe una alegoría, un símbolo de los problemas que viven miles de mujeres de su edad y de su época, que su figura sirva una vez más para llamar la atención sobre el fenómeno de la violencia contra la mujer en todas sus formas.

Sin embargo, a pesar de no ostentar ya su título de realeza, Diana era el miembro más popular de la Monarquía Británica. Tanto en su vida, como en su muerte, fue un excelente producto. En el centro de Londres, los exclusivos almacenes Harrods, propiedad del padre de Dodi Al Fayed, develaron el mismo día de su funeral un santuario, en el escaparate 20, donde aparecía un velo de satén negro, enmarcando dos fotografías. Miles de otros negocios también siguieron el ejemplo de Harrods, estableciendo así, ante los ojos de la dolorida población inglesa, una categoría de "santa" para la princesa.

Durante los días siguientes la Fundación que lleva su nombre recibió numerosas peticiones para usar el nombre de Diana en diversos productos comerciales. La Princesa sigue suscitando un gran interés. Las tiendas para turistas en Londres están repletas de camisetas, toallas de mano, llaveros y relojes con su rostro. También se pueden comprar muñecas

parecidas a la famosa Barbie, velas con esencia de rosas y hasta una marca de alimentos para perros. Y por si fuera poco, las librerías muestran cantidad de libros y folletos que examinan las diversas facetas de su vida. De esta manera se unió a Marilyn Monroe y Elvis Presley como los íconos culturales más rentables de nuestra época.

La Fundación por la Memoria de Diana lucha contra la ola de productos de mal gusto que usan su nombre. Pero en Julio pasado perdió una batalla legal de varios meses para supervisar el uso comercial del rostro de Diana, ya que una oficina británica de patentes decidió que su imagen pertenecía al mundo y no a una Fundación.

Termino con la letra, escrita expresamente para ella por Elton John, utilizando la música de la canción "Candle in the wind"; compuesta en 1974 por Bernie Taupin para Marilyn Monroe:

"Adiós, rosa de Inglaterra, que siempre crezcas en nuestros corazones. Tú fuiste la gracia que se instaló donde las vidas se separan. Le gritaste a nuestro país, y susurraste a los que sufrían. Ahora perteneces al cielo y las estrellas escriben tu nombre. Y me parece que viviste tu vida como un cirio en el viento, que nunca se apagó con el crepúsculo, cuando se impulsó la lluvia. Y tus pasos siempre se sentirán aquí, entre las colinas más verdes de Inglaterra. Tu vela se apagó mucho antes de lo que vivirá tu leyenda. Hemos perdido el encanto: estos días están vacíos sin tu sonrisa. Esta antorcha que siempre cargaremos por la chica de oro de nuestra nación. Y a pesar de que lo intentamos, la verdad nos hace llorar. Todas nuestras palabras no pueden expresar la alegría que nos distes a través de los años. Adiós, rosa de Inglaterra, de un país perdido sin tu alma, que extrañará las alas de tu compasión más de lo que nunca llegarás a saber" ■

Arquetipos de significación social en los medios masivos

Maradona

ascenso y caída de un héroe

■ Matías Keismajer

De algún modo, el cuerpo se transforma aquí en un signo con significación puramente social, de cara a su recorrido y actuación, en el que puede reconocerse una manifestación peculiar de aplicación de lo que Foucault llama tecnologías del yo, es decir: aquellas técnicas que permiten a los individuos ejecutar un cierto número de operaciones en sus propios cuerpos, en sus almas, en sus pensamientos, en sus conductas, y ello de un modo tal que los transforme a sí mismos, que los modifique, con el fin de alcanzar un cierto estado de perfección o de felicidad o de pureza o de poder sobrenatural.

A partir del acontecimiento —la serie de acontecimientos— alrededor de la detención de Maradona, es posible re-construir la imagen del cuerpo que la mirada social vehiculiza a través de los medios.

La axiologización marcada disfóricamente remite de manera evidente a un espacio anterior, ausente, que —con signo



ILUSTRACIÓN: LILIANA CASTILLO

opuesto-, ubica la *performance* corporal en un espacio eufórico, debido a una utilización legítima.

La detención de Maradona supone el sometimiento del cuerpo transgresor a la cuadrícula disciplinaria que impone una/s tecnología/s de alcance social, plasmada en el discurso de los medios. Podemos entonces recordar la pregunta de Foucault: *¿Puede hacerse la genealogía de la moral moderna a partir de una historia política de los cuerpos?*¹, para observar que, efectivamente el cuerpo –su ubicación en el campo y en el discurso social– instituye un espacio de moral, máxime cuando trasciende el límite del *topos* privado para transformarse en una condensación significativa en orden a un plusvalor de capital “deportivo”, es decir, una utilización legítima, hiperbolizada por una *performance* particular (la del “deportista-virtuoso”).

La red de poder que la organización social moderna instala y valida, organiza entonces un campo de legitimidad que somete a los individuos –al menos en principio–, en igual medida a una “mirada” generalizada y generalizadora. De esta manera, el espacio de las tecnologías disciplinarias se materializa y manifiesta en este *panóptico* desde el que se vigila y observa a los individuos. En el caso que nos ocupa –Maradona²– el dispositivo panóptico parece multiplicar sus efectos: a su extensión general en el campo social añade una aplicación particular, indicada en el lugar destacado que ocupa el transgresor en el espacio de la sociedad y especialmente en el valor otorgado al hacer corporal. Podría decirse que se instituye sobre el individuo una doble mirada: por un lado la que conlleva la transgresión del orden social jurídicamente estatuido; por el otro la que la axiologiza específicamente la *performance* corporal del individuo que se destaca de manera significativa. A la cuadrícula tecnológico-disciplinaria, de tipo jurídico, coextensiva a todo el cuerpo social, se suma una suerte de *panoptismo mediático*, que provoca una borradaura, un corrimiento y aun la desaparición del límite entre espacio privado y espacio público.

De algún modo, el cuerpo se transforma aquí en un signo con significación puramente social, de cara a su recorrido y actuación, en el que puede reconocerse una manifestación peculiar de aplicación de lo que Foucault llama *tecnologías del yo*, es decir: *aquellas técnicas que permiten a los individuos ejecutar un cierto*

“

En lo que se refiere a Maradona, se manifiesta un desafío respecto a las tecnologías de dominación social, hiperbolizado debido al carácter público del sujeto en cuestión, carácter público vinculado con la utilización del cuerpo en la exhibición deportiva.

”

*número de operaciones en sus propios cuerpos, en sus almas, en sus pensamientos, en sus conductas, y ello de un modo tal que los transforme a sí mismos, que los modifique, con el fin de alcanzar un cierto estado de perfección o de felicidad o de pureza o de poder sobrenatural.*³

Maradona sería un caso particular de manifestación de estas tecnologías, que en todo caso potenciarían dones “naturales” (virtuosismo corporal aplicado al deporte), hasta su transformación en sobrenaturales. Se observa también, en una instancia posterior una dimensión negativa de la misma tecnología o más bien el ejercicio de una suerte de “anti-tecnología”, que conlleva una desvalorización corporal, en una instancia disfórica, un *estado de imperfección* a la luz de la consideración social.

La *obligación de decir la verdad* orienta la construcción de la imagen en los medios, donde es posible observar cierta mecánica vinculada a la circulación de discursos y valores, que hace de la manifestación pública del accionar privado (en los casos como el presente, en los que la figura detenta una notoriedad evidente), uno de sus principales recursos de funcionamiento.

La dimensión de lo prohibido, es decir la transgresión del orden social merece, más aún en el caso de una personalidad pública, una difusión pormenorizada, que comporta una especie de dimensión ejemplificadora ya que no es posible mantener en el orden del uso privado del cuerpo acciones que violentan y atacan directamente el ordenamiento social: *La asociación de la prohibición y de la fuerte incitación a hablar es*

*un rasgo constante de nuestra cultura.*⁴

Se plantea, por otra parte, una cuestión relativa a lo que Foucault llama “governabilidad”: *contacto entre las tecnologías de dominación de los demás y las referidas a uno mismo.*⁵ En efecto, el mal uso del cuerpo acarrea un desajuste de gobernabilidad, o en todo caso un contacto conflictivo entre las áreas que la conforman. En lo que se refiere a Maradona, se manifiesta un desafío respecto a las tecnologías de dominación social, hiperbolizado debido al carácter público del sujeto en cuestión, carácter público vinculado con la utilización del cuerpo en la exhibición deportiva.

Los medios de prensa constituirían una suerte de *panóptico*, lo que permitiría a la sociedad escudriñar el espacio privado de las tecnologías del yo, especialmente en casos como el que nos ocupa, para cargarlo de significación negativa, a partir de su uso indebido, lo que supone un conflicto en torno a la mencionada noción de gobernabilidad.

El sujeto transgresor debe ser pues castigado y sometido a dispositivos disciplinarios previstos jurídicamente. Pero además ingresa en una dimensión *purificadora*, una especie de *exomolosis*⁶ que parte del reconocimiento del “pecado”.

El cuerpo individual, entonces, es marcado disfóricamente y en consecuencia debe, para reintegrarse al cuerpo social, *performar un hacer conducente a la resignificación del cuerpo, en orden a su relocalización en un paradigma de aceptabilidad social. El cuerpo debe reubicarse de esta manera en el conjunto de tipos estables y unidimensionales (...)* (en el que) *todo deslizamiento (...) está rigurosamente bloqueado*⁷ ya que un orden positivo aceptable socialmente contempla zonas destacadas en donde el hacer corporal particularmente dotado, en la figura de Maradona, puede ubicarse, pero no los corrimientos hacia espacios de ilegalidad: *El aplanamiento de la multidimensionalidad de la red de los cuerpos actuantes es la puesta en práctica de los procesos secundarios que acaban en la uniformización y en la tipologización de los comportamientos guiados por el sistema de represión social.*⁸

En el caso de Maradona, se establece una suerte de *exomolosis* “social”, a partir de un ordenamiento jurídico que opera a modo de *superdestinador-juez*. En efecto, no es el *pecador* quien se arrepiente *motu proprio*, sino el cuerpo social el que lo señala e impone el arrepen-

timiento, así como las consecuentes tecnologías disciplinarias-correctivas (jurídicas, policiales y sanitarias), tecnologías que se manifiestan, en otros espacios, y de manera especialmente significativa, en el discurso mediático. Es así como el *pecador no solicita penitencia al obispo*,⁹ sino que es la sociedad que la insta dentro de la cuadrícula del poder que constituye la estructura disciplinaria. La aceptación de la aplicación de las tecnologías disciplinarias hacen a la reincorporación del *pecador* al orden social del que ha sido marginado por su accionar.¹⁰ *La exomologesis no es (sólo) verbal; es simbólica, ritual y teatral.*¹¹

Volumen y dimensión del capital reconocimiento con el que Maradona aparece investido socialmente, a partir de la consideración superlativa del cuerpo como instrumento de una praxis deportiva excepcional, parecen provocar un desajuste en su propia percepción (desajuste del que la mirada mediática da cuenta), respecto a las distancias sociales inscriptas en el cuerpo como así también un desplazamiento en la especialización social, un *sense of one's places*, ligado a un *sense of other places*, ambos equivocados o incorrectamente dimensionados.¹²

De este modo el orden físico del cuerpo conlleva diferencias que se manifiestan en el orden simbólico de las distinciones significativas.¹³

En Maradona, en el uso particular de su cuerpo, no operaría tanto una cuestión de *habitus*, como una estructura producto de determinada trayectoria de clase, sino más bien una cuestión de ubicación en el espacio social, en virtud de determinado capital, que podríamos denominar "deportivo", que en grado superlativo se manifiesta en y a través del cuerpo, como instrumento performador. Dentro del campo del deporte, por el carácter hiperbólico en general, en el campo social entero se hipervaloriza el cuerpo como productor de significados eufóricos arquetípicos, significados que se disforizan a partir de la violenta devaluación del capital poseído, debido al ejercicio de prácticas consideradas ilegales.

Así el cuerpo-objeto y fetiche- se ubica en un espacio de alguna manera inestable y ambiguo, sometido a la ya mencionada visión panóptico-mediática de la sociedad.

En el presente caso, el cuerpo del deportista es homologable al de un actor que encarna un drama de alcance social y arquetípico, localizándose así dentro de un régimen de visibilidad absoluta frente

“

El recorrido corporal de Maradona conduce así a una suerte de "desfetichización" del cuerpo: una depreciación abrupta de sus propiedades "mágicas" o "sobrenaturales", en virtud de su ingreso en el ámbito de lo socialmente proscripto.

”

al "ojo" social. Aquella visión panóptica axiologiza entonces, en la figura de los medios, el uso debido/indebido del cuerpo: *Portador de signos, el cuerpo es también productor de signos que están marcados en su sustancia perceptible por la relación con el cuerpo.*¹⁴

El cuerpo de Maradona porta signos referidos a su actividad deportiva; también produce signos que son decodificados socialmente; a través de la imagen construida en los medios.

Los signos vinculados eufóricamente al ejercicio y manifestación del capital corporal deportivo se vinculan también con una dimensión positiva de lo que Bourdieu llama *porte*, es decir *la manera legítima de llevar nuestro cuerpo y de presentarlo, se percibe espontáneamente como un indicio de dejadez, el hecho de dejar al cuerpo su apariencia "natural".*¹⁵

A pesar de no ser éste un trabajo de semiosis de la imagen, es válido detenerse en la fotografía de tapa de *La Voz del Interior* (27/4/91), fotografía que construye una imagen de abandono; la hexis corporal trasunta y manifiesta abandono "moral" en la visión de los medios, que oponen cuerpo legítimo-uso legítimo del cuerpo a cuerpo ilegítimo-uso ilegítimo del cuerpo, en una construcción fuertemente axiologizada.

La cultura corporal se vincula, en el discurso social hegemónico, con valores positivos relativos a la salud: *Preocupación por la cultura corporal aparece en su forma elemental, es decir, en tanto que cultohigienista de la salud, asociado a menudo con una exaltación ascética de la sobriedad y del rigor dietético.*¹⁶

A la dimensión estrictamente jurídico-legal (violación de la normativa social) se añaden valores más amplios, relativos al concepto de *lo sano*, concepto que se sobredimensiona en la imagen de Maradona, de acuerdo con el volumen del capital deportivo detentado. La valoración de la actividad corporal deportiva que circula en el imaginario colectivo, se ve hiperbolizada en la consideración del lugar que ocupa el cuerpo del deportista-virtuoso. En consecuencia, el desplazamiento axiológico posterior es mucho más marcado, atendiendo a la dimensión del exceso que protagoniza.

El plusvalor del capital deportivo, en el cuerpo de Maradona, recorta una zona, un espacio particularmente visible en el entramado social de los *habitus* corporales-deportivos.

Es posible observar aquí que el cuerpo forma parte de una *metáfora fetichista, que consiste en un sincretismo heredado de las representaciones primitivas en analizar los mitos, los ritos, las prácticas, en términos de fuerza, de fuerza mágica trascendete, de maña (...) fuerza transferida a seres, a objetos, a instancias, fuerza difusa y universal, pero cristalizada en puntos estratégicos (...).*¹⁷ *El término fetiche remite hoy a una fuerza, a una profundidad sobrenatural del objeto y por lo tanto a la misma virtualidad mágica del sujeto.*¹⁸ La fetichización del cuerpo, el otorgamiento de poderes "mágicos" conlleva y trae como consecuencia un castigo particularmente severo, por cuanto se está destruyendo -al accionar contra el orden estatuido- un tropo de profunda significación social.

*Existe hoy un dominio en el que esta lógica de la mercancía puede ilustrarse con relieve y permitir que se siga con más precisión lo que llamamos el proceso del trabajo ideológico: el del cuerpo y de la belleza (...). Es la generalización del valor del cambio/signo a los efectos del cuerpo y del rostro. Es el cuerpo al fin distanciado y sometido a una disciplina, a una circulación total de signos.*¹⁹ En nuestro caso no hay *belleza-fetiche*, pero sí *cuerpo-fetiche*, a partir de un hacer excepcional: *La desposesión, la manipulación, la reconversión dirigida de los valores colectivos y subjetivos por la dimensión ilimitada del valor de cambio y la especulación competitiva ilimitada sobre los valores/signos, hacen necesaria la sacralización de una instancia gloriosa llamada Cuerpo que devendrá para cada individuo santuario ideológico, el san-*

tuario de su propia alienación (...).²⁰

El recorrido corporal de Maradona conduce así a una suerte de “desfetichización” del cuerpo: una depreciación abrupta de sus propiedades “mágicas” o “sobrenaturales”, en virtud de su ingreso en el ámbito de lo socialmente proscripto.

La consideración social del cuerpo en tanto lugar de condensación significativa, se constituye en ejemplo arquetípico en la figura de Maradona, que manifiesta labilidad e inestabilidad del espacio del *fetiché*, en este caso, el cuerpo como *topos* donde circulan valores que integran e informan el imaginario colectivo.

BIBLIOGRAFÍA

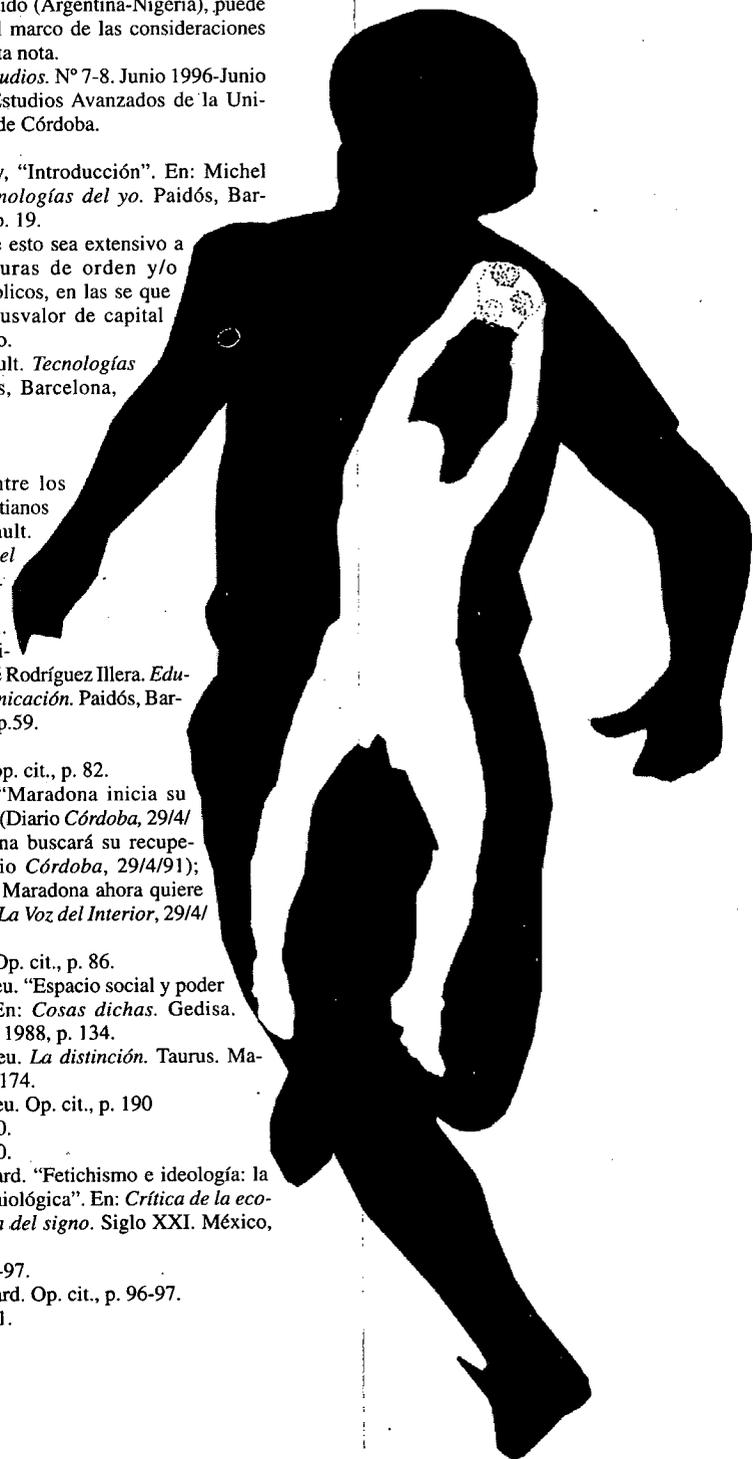
- BAUDRILLARD, Jean. *Crítica de la economía política del signo*. Siglo XXI. México, 1987.
- BOURDIEU, Pierre. *La distinción*. Taurus. Madrid, 1988.
- _____. *Cosas dichas*. Gedisa. Buenos Aires, 1988.
- FOUCAULT, Michel. *Historia de la sexualidad. La voluntad de saber*. Siglo XXI. México, 1981.
- _____. *Tecnologías del yo*. Paidós. Barcelona, 1991.
- _____. *Vigilar y castigar*. Siglo XXI. México.

Nota del Autor: El presente trabajo constituye un fragmento de la investigación que llevamos a cabo alrededor del caso Maradona a partir de un

corpus de publicaciones de la prensa diaria que abarca un período de siete años. Se intentó profundizar en algunas líneas, centro en la imagen corporal construida por la prensa. Se analizó un episodio particular: la detención de Maradona en una vivienda privada de la Capital Federal, a raíz de un hecho de tenencia y consumo de drogas de uso prohibido en la legislación argentina (abril de 1991). La secuencia desencadenada en el transcurso del Mundial de Fútbol de Estados Unidos (julio de 1994), a partir del resultado positivo de una prueba *antidoping* a que fue sometido Maradona con posterioridad a un partido (Argentina-Nigeria), puede y debe leerse en el marco de las consideraciones desarrolladas en esta nota.

Tomado de *Estudios*. N° 7-8. Junio 1996-Junio 1997. Centro de Estudios Avanzados de la Universidad Nacional de Córdoba.

- 1 Miguel Morey, “Introducción”. En: Michel Foucault. *Tecnologías del yo*. Paidós, Barcelona, 1991, p. 19.
- 2 Probablemente esto sea extensivo a todas las figuras de orden y/o exhibición públicas, en las se que observe un plusvalor de capital reconocimiento.
- 3 Michel Foucault. *Tecnologías del yo*. Paidós, Barcelona, 1991, p. 48.
- 4 *Ibidem*, p. 46.
- 5 *Ibidem*, p. 49.
- 6 Penitencia entre los primitivos cristianos (cf. M. Foucault. *Tecnologías del yo*. Op. cit., p. 84).
- 7 Eliseo Verón. “Cuerpo signifi- cante”. En José Rodríguez Illera. *Educación y comunicación*. Paidós, Barcelona, 1988, p.59.
- 8 *Ibidem*, p. 60.
- 9 M. Foucault, op. cit., p. 82.
- 10 Cf. titulares “Maradona inicia su recuperación” (*Diario Córdoba*, 29/4/ 91); “Maradona buscará su recuperación” (*Diario Córdoba*, 29/4/91); “Arrepentido, Maradona ahora quiere recuperarse” (*La Voz del Interior*, 29/4/ 91).
- 11 M. Foucault. Op. cit., p. 86.
- 12 Pierre Bourdieu. “Espacio social y poder simbólico”. En: *Cosas dichas*. Gedisa. Buenos Aires, 1988, p. 134.
- 13 Pierre Bourdieu. *La distinción*. Taurus. Madrid, 1988, p. 174.
- 14 Pierre Bourdieu. Op. cit., p. 190
- 15 Op. cit., p. 190.
- 16 Op. cit., p. 190.
- 17 Jean Baudrillard. “Fetichismo e ideología: la reducción semiológica”. En: *Crítica de la economía política del signo*. Siglo XXI. México, 1987, p. 87.
- 18 Op. cit., p. 96-97.
- 19 Jean Baudrillard. Op. cit., p. 96-97.
- 20 Op. cit., p. 101.



“Charles Chaplin es uno de los dioses más seguros de la mitología de nuestro tiempo. Como cineasta, una porquería. Trabajó rodeado de mascotas, no de buenos actores. Siempre quiso ocupar el centro de la escena. Sólo a él hay que tenerle lástima. Es un personaje sentimental, los otros no existen. El cine ha progresado y Chaplin ha permanecido tan malo como al principio. En cambio, Buster Keaton era un caballero.”

Jorge Luis Borges

ILUSTRACIÓN: ALDRIN PAREDES



Industria cultural ¿Un nombre para designar la actual fábrica de mitos?

■ Daniel Centeno M.

Tocar el tema de los mitos resulta ser una empresa sumamente complicada. El significado de estas cinco letras, en sí, reviste una vaguedad y una generalidad sorprendente. Esta palabra, para cualquier buen diccionario de la lengua española, es entendida como una especie de cuento de los tiempos fabulosos y heroicos. O, por el contrario, el término puede significar una ficción o tradición alegórica que tiene por base un hecho real, religioso, histórico o filosófico. Así de (tan poco) simple se presenta el asunto.

Desde Zeus hasta James Dean los mitos han variado considerablemente. Los arquetipos más recurrentes de la contemporaneidad son considerados fetiches, que juegan con la esperanza de éxito y trascendencia del ser humano, entre otras cosas. La industria cultural muy bien lo sabe.

De allí que toda esa serie de narraciones sobre Ra y su sequito egipcio, Zeus y su remoto Olimpo, Júpiter y sus fervientes romanos, Odín y su pléyade nórdica, Tezcatlipoca y sus subordinados aztecas, Viracocha y su pueblo inca e Itzamná y sus hombres de maíz, sólo representen una minúscula muestra de todo lo que puede contener este término, tan fácil de pronunciar e intrincado de abordar. Y es que el mito parece ser todo eso y más.

Los estudios sobre el tema se resisten tener un punto final. Muchas conclusiones afirman que la narración mitológica describe y retrata en lenguaje simbólico o metafórico el origen de los principios de una cultura. Esto significa, entre otras cosas, que por su naturaleza constitutiva el mito puede contener el poder de ilustrar muchos aspectos de la vida individual del ser humano.

Por esta razón, las investigaciones al respecto no se centran simplemente en relatar las historias de seres alados y divinizados. Al contrario, sobre este tema se han llegado a realizar relaciones que abarcan áreas de la sociología (Emile Durkheim), la psicología (Carl Gustav Jung) y otras tantas disciplinas del saber humano. Por ello, una de las formulaciones que nos compete es la relacionada entre mito y conocimiento.

Las conclusiones sobre el particular llegan a señalar al mito, por un lado, como una instancia lógica e intelectual. Mientras, que por el otro, el término representa una percepción diferente del espíritu racional del ser humano. Al parecer, eso lo sabe muy bien la industria cultural.

OLIMPO MEDIÁTICO

Todo el asunto sobre la industria cultural ha sido un punto hartado. Explicar cómo han influenciado los medios de comunicación de masas a la sociedad contemporánea, abarcaría infinitos teóricos, el medio de comunicación de masas es un mito en la medida en que se lo considera como una entidad dotada de autonomía, una especie de epifenómeno que trasciende la sociedad donde se inscribe (Mattelart, 13).

Es por esa razón que este Olimpo contemporáneo, intangible en demasía, elabore arquetipos o personajes paradigmáticos que constituyan sus modelos míticos de los que se sirva. He allí por qué la, trilladamente nombrada, Meca del cine presenta mártires rebeldes como James Dean, sexys incomprendidas como

“

Los estudios sobre el tema se resisten tener un punto final. Muchas conclusiones afirman que la narración mitológica describe y retrata en lenguaje simbólico o metafórico el origen de los principios de una cultura.

”

Marilyn Monroe, cínicos antihéroes como Humphrey Bogart e incontrolables autodestructivos como Elvis Presley.

La Industria Cultural sabe trastocar y jugar con los valores; ella hasta puede dar la pauta a seguir. Este inasible entramado conoce la capacidad del ser humano de dotar de sentido a su vida, gracias a la presencia de un estrato mítico de la existencia (Kolakowski, 131). Y ella lo provee, lo sirve y lo cobra. Domesticar la realidad no es fácil.

DECESOS REFORZADORES

Indefectiblemente, una característica para lograr una instancia mitológica está en autorizarnos a aceptar que en lo pasajero crece y permanece conservado algo precisamente no pasajero. Semejante superación de la temporalidad se hace efectiva en los mitos, también aquí puede tener vigencia el perecer y el ocaso como destino del estrato fenomenal del hombre, los que, sin embargo, se convierten en etapas del crecimiento de los valores desde la perspectiva del mito (Kolakowski, 16 - 17). Y desde esa misma perspectiva se puede sacar un provecho enorme, que ha sabido explotar la industria cultural.

Cada año un cúmulo de peregrinos de todos los lados del mundo hace su parada obligada en Memphis, Tennessee. El motivo no es otro que visitar el famoso rancho Graceland, en dónde lloran, hacen ofrendas, recuerdan y cantan los temas del endiosado y otrora humilde camionero Elvis Presley.

Del mismo modo, un ejército de fieles asisten constantemente a los alrededores del famoso cementerio francés de Père

Lachaise, con el fin de rendirle ofrendas al desaparecido Jim Morrison. Eso sin contar los continuos homenajes que a Kurt Cobain, James Dean, Bruce Lee, John Lennon, Marilyn Monroe, Grace Kelly, Carlos Gardel, Jimi Hendrix, Rodolfo Valentino, Janis Joplin, Pedro Infante y a Eva Duarte se les realizan sin cesar.

De tales hechos se pueden sacar múltiples conclusiones. Estas estrellas salieron de la pobreza o el anonimato, constituyendo un sinónimo esperanzador de éxito para las masas. Cada uno configuró (o le configuraron) una personalidad, una actitud paradigmática frente a la vida y un prototipo ideal de las cosas. Todos están muertos. La mayoría de ellos fallecieron muy jóvenes. Por último, todavía algunos escépticos dudan que estos seres se hayan ido del mundo terrenal, dadas las extrañas circunstancias de sus publicitados decesos.

El periodista y escritor argentino Tomás Eloy Martínez, en su celebrado libro *Santa Evita*, fabula los pormenores del fallecimiento de la mítica actriz de cine y ex primera dama del peronismo. La historia relata las diversas vicisitudes que tuvo que pasar el cadáver original y las presuntas réplicas que hicieron del mismo. Martínez, yendo un poco más lejos que el dicho “muere joven y serás un cadáver exquisito”, asegura basar su relato en la desmedida pasión necrofilica de las actuales sociedades, que terminan mitificando y endiosando algunos personajes de su universo real.

La novela, además de presentar una hechura intachable en cuanto a forma y contenido, vendió millones de ejemplares y situó a su creador en el foco de la atención mundial. Igualmente, gozó del respaldo de dos películas, una banda sonora y de la producción indiscriminada de mercancía sobre el histórico personaje argentino. Pura pasión necrofilica resultante en dinero.

SOBRE LA INMORTALIDAD

A estas alturas del escrito, asegurar el hecho de que el cine y la industria musical crean mitos y se valen de ellos, constituye una tamaña redundancia. Sólo basta dar una repasada a las ventas anuales que, en millones de dólares, representan las resultantes de sus personajes más emblemáticos.

Si Jim Morrison sigue vivo, y su urna la enterraron vacía, no deja de ser atrayente para todos. Si James Dean no se

mató en su carro, y la desaparición de Marilyn fue la resultante de un complot de la CIA, mucho mejor. Incluso, si Pedro Infante goza de una vida anónima; le da más atractivo a su leyenda.

No cabe convencer para el mito. La actividad de convencer pertenece a otro ámbito de la comunicación interpersonal, precisamente al ámbito donde rigen los criterios de resistencia tecnológica de los juicios (Kolakowski, 18). Y la muerte entra en la especulación; y la especulación y el convencimiento son dos polos antagónicos que se atraen; y el mito sabe valerse de ellos; y así sucesivamente se confecciona un personaje.

Estos terminan entrando en nuestro razonamiento y obedecen a la necesidad humana de engrandecer lo que le es grato y querible. El mito deriva de una tremenda inseguridad, disfrazada o mimetizada a veces, por acuerdo social (Mayorca, 7).

Es posible que la muerte, y toda su carga especulativa, constituyan la principal característica del mito en la cultura de los analgésicos y de los massmedias. Quizás sea una obligación colocar una fecha de expiración para alcanzar tal instancia. Los Beatles lo hicieron, y sus integrantes sobrevivientes no se arrepienten de ello.

A pesar que el ocaso físico no debe suponerse como trámite absolutamente necesario para alcanzar los niveles míticos, hecho que ya han demostrado con creces Marlon Brandon y María Félix, ello ayuda en demasía a su constitución. Hasta se podría asegurar que, al momento que estas estrellas mueran, sus presencias se reforzarían porque, como ya lo dijo el mítico Borges: "Los hombres inventaron el adiós porque se saben de algún modo inmortales, aunque se juzguen contingentes y efímeros". ¡Que comience la función!

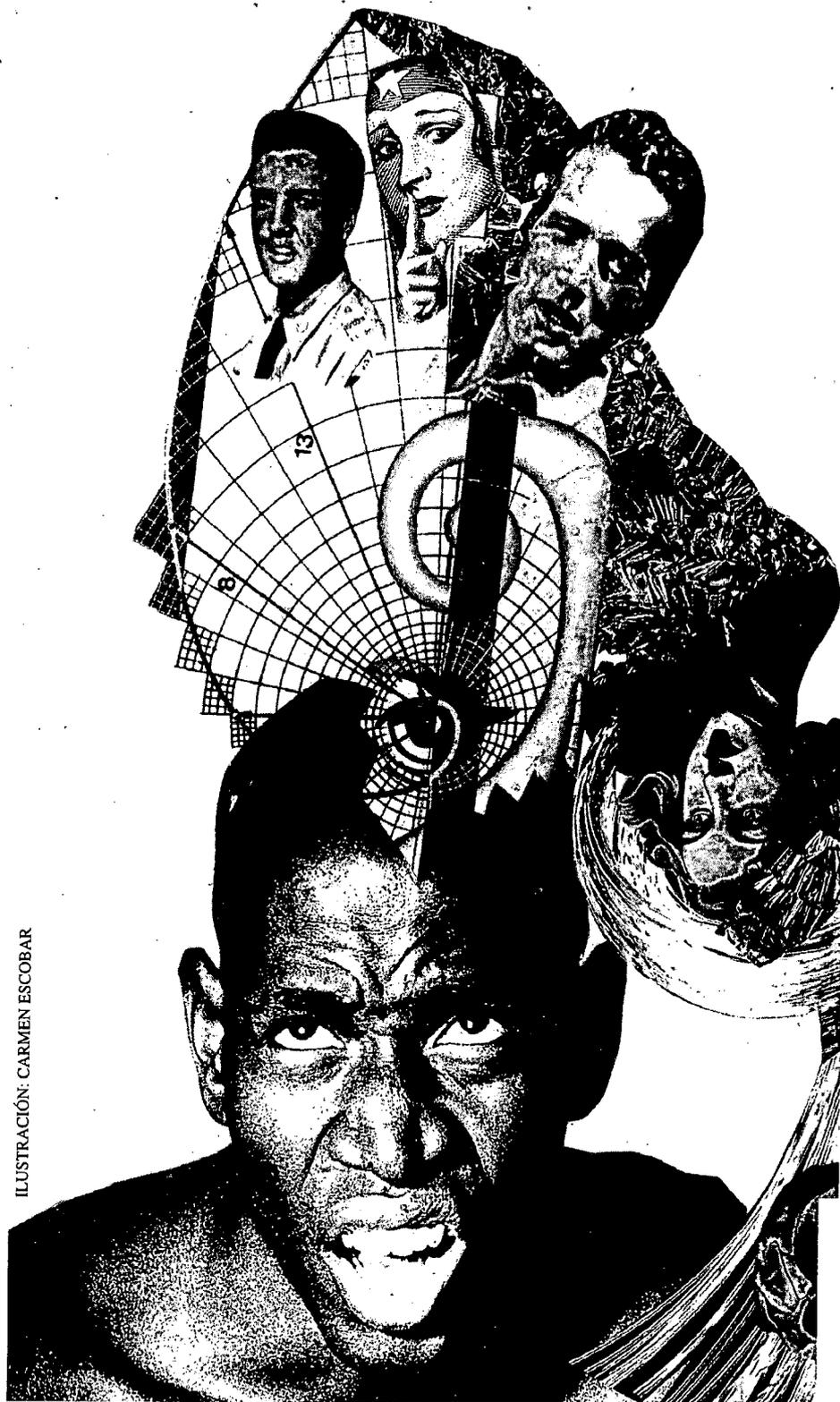
FUENTES CONSULTADAS

- ASIMOV, Isaac (1992): *Cronología del Mundo*. Barcelona. Editorial Ariel. 936 p.
- BELL, Daniel y OTROS (1992): *Industria Cultural y Sociedad de Masas*. Caracas. Monte Avila Editores. 259 p.
- *Diccionario de la Lengua Española*. Real Academia Española. Decimonovena Edición. 1970. Espasa - Calpe. 1424 p.
- *Diccionario Privado de Jorge Luis Borges*. Madrid. 1979. Altalena Editores. 92 p.
- *Enciclopedia Microsoft® Encarta® 98* © 1993-1997 Microsoft Corporation.
- KOLAKOWSKI, Leszek (1972): *La Presencia del Mito*. Madrid. Cátedra. 135 p.
- MARTÍNEZ, Tomás Eloy: *Santa Evita*. Planeta
- MATTELART, Armand (1973): *Medios de*

Comunicación. Mito Burgués Vs. Lucha de Clases. Bogotá. Aquelarre. 145 p.

• MAYORCA, Juan Manuel: *Mitos Criminológicos* (1994). Caracas. 143 p.

ILUSTRACIÓN: CARMEN ESCOBAR



■ **Entrada**

El mercado de los mitos

■ **Manuel Vázquez Montalbán**

*Sous le pont d'Alma coule la Seine
Et nos amours
Faut'il qu'il m'en souvienné
La joie venait toujours après
la peine
(Tal vez Apollinaire)*



ILUSTRACIÓN: MIGDALIA BRITO

En *El Banquete*, Platón sostiene que el ser humano original, antes de padecer la división de los sexos, era esférico y autosuficiente, de ahí que la esfera en todas las culturas arcaicas haya simbolizado la perfección, la totalidad. Desde el punto de vista simbolista la rosa es la flor simbólica más utilizada en Occidente y representa sobre todo la regeneración y el amor puro, por eso Beatriz en *La Divina Comedia* entrega una rosa amarilla a su amante en el último círculo del Paraíso. Acertaba pues plenamente el diseñador español Enric Satué cuando meses antes del enlace entre Cristina de Borbón, hija del rey de España, e Ignacio Urdangarín, jugador de balonmano del Barcelona, simbolizaba como el encuentro de la rosa

y la esfera, en este caso la pelota y para concretar más, la pelota de reglamento de balonmano. Una misteriosa conjura ni siquiera palaciega arruinó la sutileza simbólica de Satué, pero hay que retomarla para entender el secreto lenguaje de aquella boda atípica en la que por primera vez en la Historia una princesa real se casa por la Iglesia con un jugador de balonmano y además del Barça.

Sin saber cómo, la infanta Cristina se presentó un día en Barcelona y se puso a trabajar en la Caixa, es decir, actuaba como una inmigrante de clase media bien orientada, porque la Caixa es de lo más sólido que hay en Cataluña. Lo que podía haber sido interpretado como una operación de expansión monárquica, no pasó de suspicacia, porque la muchacha hizo su vida, a su aire dentro de lo que cabe y se dejaba fotografiar con cara de sueño cuando llegaba al trabajo o departía desde la reserva y la timidez con toda clase de

ciudadanos. De vez en cuando volvía a Madrid para salir en alguna foto de familia, pero pronto regresaba a Barcelona donde tenía su vida, algo muy difícil de tener. Así como los amores de su hermano Felipe han tenido a veces acentos de Enigma de Mayerling y el noviazgo decisivo, final de su hermana Elena parecía relacionado con el Concordato con la Santa Sede o con el Concilio de Trento, el encuentro de la princesa con el jugador del Barça formaba parte de la lógica de la vida cotidiana, estaba hecho a la medida del Palau Blaugrana, sin otra liturgia que la de las modernas religiones deportivas, *Barça, Barça, Barça*, en vez de Sanctus, Sanctus, Sanctus. Sin duda Ignacio le gustó porque era rubio como su padre, pero más alto y además jugaba mejor al balonmano. Luego llegó el protocolo y convirtió un enlace de *Caixa y Barça* en un acontecimiento de Gold Gotha retransmitido bajo la mirada vigilante de una realizadora socialista, Pilar Miró.

No he hablado tan largamente de mis príncipes por chauvinismo, sino porque en España y en Europa se suele oponer el cánón de la monarquía española al de la británica. La ocasión sirvió para oponer el modelo de la familia real española al de la familia real inglesa, carcomida por escándalos casi siempre sexuales y enlutada por la muerte de uno de sus *sex-symbols*.

Mientras Lady Di, convertida en fúnebre Dama del Lago, concentró las lágrimas de una humanidad desahuciada por el materialismo histórico, Cristina e

Ignacio o Ignacio y Cristina, rosa y esfera, esfera y rosa aparecían ante la aldea global como príncipes vitales y periféricos, que ni pintados en esta irreversible Europa de las regiones, primer paso para un nuevo Orden Internacional.

Sin embargo, en el mercado de los mitos apenas si tienen entidad los ejemplares príncipes españoles y sí hay sorprendentes concurrencias entre Lady Di, el Che y la madre Teresa de Calcuta.

Setiembre de 1996: una manifestación de estudiantes argentinos rememoraba por las calles de Buenos Aires la oprobiosa *noche de los lápices*, el asesinato en 1976 de nueve escolares de enseñanza media perpetrado por la Junta Militar. En la esquina de Callao con Corrientes asistí a una concentración de masas que parecía venir del túnel del tiempo anterior al diluvio, anterior al holocausto de las izquierdas latinoamericanas perpetrado fríamente en el espacio de tiempo que media entre la caída de Goulart y los diferentes genocidios del Cono Sur. Miles de estudiantes bajo el lema ¡Venceremos! y los iconos del Che sobre sus cabezas, revestido Guevara de nuevo de su condición de referente romántico para una generación. Empleo la palabra romántico con el inmenso respeto que me merece el compromiso romántico de los luchadores sociales de los dos últimos siglos, algunos motivados por su conciencia de clase y otros llamados por hechos de conciencia tal como los asimiló el Che: las quiebras en la realidad que demuestran el desorden oculto por el orden establecido. Como una pesadilla para el pensamiento único, para el mercado único, para la verdad única, para el gendarme único, emerge de nuevo el Che como sistema de señales de la insumisión, una provocación para los semiólogos y para la Santa Inquisición del integrista neoliberal. No como un profeta de revoluciones inútiles sino como una desalienadora proclama del derecho a rechazar que entre lo viejo y lo nuevo sólo se puede escoger lo inevitable y no lo necesario, la libertad fundamental de reivindicar lo necesario. Más allá de la metáfora, ante un milenio que quiere re-consagrar el papel del yo frente al nosotros como legitimación del derecho a la victoria y a la pernada del más fuerte, el ejemplo del Che apuesta por toda finalidad emancipatoria más allá incluso de la retórica revolucionaria convertida en el código obsoleto de lo que pudo haber sido y no fue. El Che es válido porque antepuso una actitud moral ante el conser-



El retorno de la iconografía del Che tiene diversas causas. Alguna de ellas está emparentada con el ascenso a los altares mitológicos de Lady Di y la madre Teresa de Calcuta, la primera como extraño prototipo de princesa adúltera pero virgen y la segunda como monja beneficiante preconiliar hecha a la medida de una impía economía global que parece ricardiana, maltusiana.



vadurismo de las derechas y las izquierdas y resucita en plena evidencia de que hay que volver a aprehender qué mundo nos preparan y de que hay que volver a aprender a hablar para liberarnos de las palabras demasiado totales y absolutas demonizadas por el fracaso de la confusión. La gestualidad vivencial de Guevara recupera el derecho del yo a ser solidario sin pedir perdón por haber nacido.

La manifestación de estudiantes que presencié en Buenos Aires se celebraba pocos días después de que Sanguinetti hubiera reunido en Montevideo a un puñado de estadistas y sociólogos para intercomunicarse la perplejidad ante el fracaso de la revolución economicista basada en la alianza entre los militares locales y los *masters* de Chicago: los militares destruyen a los antagonistas y los economistas reconstruyen una sociedad hegemonizada por un millón de nuevos ricos y amalgamada por los actos reflejos de los terrores heredados. Ni siquiera por ese camino el sistema puede prometer no ya la felicidad, sino el crecimiento continuo según su propia lógica. Lo que fue evidencia a puerta cerrada, es evidencia en la geografía de todo el sistema. Cada vez que el imaginario del Che se alza por encima del *skyline* de las multitudes, se rompen las conspiraciones del pensamiento único, del partido único, de la verdad única, del mercado único, del

gendarme único y a los palanganeros intelectuales del sistema se les escapa una breve risa histérica de suficiencia.

El aniversario del asesinato del Che tuvo como resultante contradictoria que un miembro del *staff* militar boliviano cómplice de su asesinato, el general Bánzer, volviera a ser presidente de Bolivia, esta vez democráticamente y que la literatura sobre el Che haya vuelto al camino, como prueba de la curiosidad que sigue despertando la razón romántica en tiempos de dictadura de la razón pragmática a su nivel más degradado. Si hace un año aproximadamente se publicó la biografía novelada del Che del escritor mexicano Paco Ignacio Taibo o la interpretación politóloga del también mexicano Castañeda, yo prologué la edición española del libro de Pierre Kalfon *Ernesto Guevara. Una leyenda del siglo*, nacida bajo la evidencia suscrita por Regis Debray de que las leyendas son las cosas verdaderamente serias.

El retorno de la iconografía del Che tiene diversas causas. Alguna de ellas está emparentada con el ascenso a los altares mitológicos de Lady Di y la madre Teresa de Calcuta, la primera como extraño prototipo de princesa adúltera pero virgen y mártir y la segunda como monja beneficiante preconiliar hecha a la medida de una impía economía global que parece ricardiana, maltusiana. Se necesitan mitos transgresores para tiempos en los que la transgresión no parece tener ninguna finalidad histórica, se consume en sí misma y ante la mirada de una clientela social amenazada por todos los miedos y desprovista de cualquier esperanza, tan transgresora puede parecer Lady Di como el Che. No todas las lecturas del retorno del Che deberían ser tan desencantadas. Sobrevive una sombra de la memoria del Che como emancipador, transmitida de padres a hijos y convertida en mercancía mediática con motivo del aniversario. Que una parte de la sociedad se apropie de un referente simbólico quiere decir que lo necesita, que sacia alguna de sus necesidades y el Che sería consumido como el *medium* de la propia conciencia irritada ante el falso orden establecido y el desorden que ocultaría. También podría interpretarse el retorno guevariano como fruto de la selección de un valor revolucionario puro, de un profeta vencido pero puro, más allá de tanto profeta vencido y además impuro, después de todas las catástrofes sufridas por las utopías revolucionarias materializadas tras la revolución soviética. El revolucionario que una vez

ganador de la revolución cubana no quiso instalarse como un burócrata, sino que encarnó la aspiración del internacionalismo revolucionario hasta el sacrificio personal, sigue ofreciéndose como una obra abierta, rey Arturo que un día volverá a implantar la libertad y la justicia, un rey Arturo beneficiado por excelentes fotografías, en vida y en muerte, que han dado a su máscara fúnebre calidades de sudario santo, de santa sábana reproduciendo el rostro del justo asesinado.

Estamos ante un caso de romanticismo militante que al reaparecer con tanta fuerza en el mercado de los símbolos demuestra una carencia de vitaminas históricas, un evidente raquitismo épico y lírico, es decir, la perpleja orfandad de los consumidores de la Historia pasteurizada. Y evidencia de ese mismo raquitismo moral ha sido la ascensión a los cielos de Lady Di como compañera de viaje de la madre Teresa.

LADY DI O LA SUBVERSIÓN SUBVERSIVAMENTE CORRECTA

¿Qué diferencia hay entre un rey y un príncipe? Nos hemos acostumbrados a una lectura jerárquica de la diferencia y así vemos al rey como el verdadero *primum inter pares* y al príncipe como a Cristo en relación con Dios Padre, el dios humano encarnado y el Dios del poder y la muerte. Más paladinamente, el príncipe responde al imaginario del rey padre rejuvenecido, lo que cualquier simbolista establecería como una relación entre el sol naciente y el sol poniente. Por su juventud, el príncipe mítico estaba llamado a ser héroe y demiurgo, artífice de Dios en el orden del Universo, fuera en los campos de batalla o en las alcobas, no hay que olvidar el comprometido papel del príncipe en *La Bella Durmiente*. Príncipe y rey alternan sus significados hasta la definitiva jerarquización de las dinastías y en las primeras simbologías solventes vemos que el papel intermedio entre la causalidad divina y los hombres tanto puede ejercerlo un príncipe como un rey, porque uno y otro son *el hombre cuya naturaleza procede del cielo*, su naturaleza es mandar, pero como depositario de su mandato celeste. Luego llegó la monarquía constitucional y complicó bastante las cosas a la simbología que el cristianismo había convertido en una más razonable cuestión de relación y reparto entre poder temporal y espiritual, inventándose un intermediario entre Dios y el Príncipe, el Papa.

Si un rey o un príncipe constitucional es hoy día un mandatario celestial dependiente del Parlamento ventríloquo, ¿qué es una princesa morganática casada con un príncipe aspirante a mandatario celestial condicionado por el Parlamento ventríloquo? Nada o casi nada hasta que llegó Diana Spencer a la alcoba de Carlos de Inglaterra y sus problemas de alcoba acabaron influyendo fundamentalmente en la modificación del imaginario del príncipe y la princesa a fines del II milenio. Por el cerebro de Carlos de Inglaterra ha circulado frecuentemente en los últimos años el aforismo misógino: No conocerás a una mujer hasta que la tengas en contra. El príncipe Carlos pudo ocultar el estupor que le causaba la concentración floral provocada por la muerte de Lady Di. Cada vez que cogía un ramo para contemplarlo obsesivamente o para enseñárselo a sus hijos, aparentemente cumplía con la consigna de su experto de imagen: coja un ramo cualquiera y cada ciudadano del Reino Unido creará que ha cogido el suyo. Pero, consignas publicitarias aparte, Carlos, ramo por ramo, iba preguntándose ¿por qué? ¿Qué ha hecho esta chica para tamaña respuesta popular? El hecho de que el príncipe todavía heredero apareciera olisqueando ramos en Balmoral disfrazado de escocés ya permitió de buenas a primeras deducir que sus piernas no podían competir con las de Lady Di, sin duda las mejores de la realeza universal de todos los tiempos. A poco que recuperemos nuestra memoria mediática y comparemos las actuaciones de Carlos y Diana ante la televisión explicando sus problemas de alcoba, hay que decir que Carlos se atuvo a una excesivamente correcta interpretación estilo Tudor, mientras Diana dio un curso completo de Actor's Studio contenido, desde luego, como debe exigírsele a una princesa aunque sea morganática. Ha recordado el alma jamás dormida de las masas, aquellos ojos grandes, a veces desbordados por su propia abundancia de perímetro, divagantes, buscando asideros visuales que sólo Lady Di veía o la suave búsqueda de un lugar en el mundo moviendo su delicada columna vertebral y sus manos como si el papel de princesa engañada pero adúltera lo estuviera interpretando Meryl Streep aleccionada por el profesor Higgins.

El estilo Actor's Studio *light* de Lady Di la ha convertido en una correctísima intérprete del papel de la princesa casi inútil una vez cumplido su papel de parir crías que continuarán la monarquía, pero

que sin dejar de parecer una princesa encarnaba también el de una mujer desechada y dispuesta a mostrarse capaz de pasar de príncipe en príncipe, es decir del príncipe de Inglaterra al príncipe de la hípica o al del rugby o al de los *playboys*. Porque Lady Di jamás se equivocó al elegir pareja, jamás buscó un segundón, consciente de que sus siervos no se lo habrían perdonado y como demiurga dispuesta a introducir un cierto desorden en este final de milenio, demiurga postmoderna pues, pero siempre dentro de un orden. Yerran los que acusan a la monarquía británica de haberse equivocado aceptando princesas que no son de sangre real. La Ferguson le ha aportado vigor pícnico y Diana Spencer asténico. Lady Di ha regalado a la casa de Hannover una larga vida de monarquía publicada, como valor ético y psicológico de la subversión subversivamente correcta y sólo la lamentable circunstancia de no ser católica le impedirá ser beatificada, incluso santificada como la primera princesa adúltera virgen y mártir, princesa de las masas, esas masas cuya rebelión sigue dando sorpresas y cuya condición de consumidora de iconos fugaces le puede permitir un menú de tres platos: Che Guevara, Lady Di, Teresa de Calcuta.

HAPPY END EN LA HABANA

Desde la Barcelona que presencié la boda de sus príncipes buenos viajé en enero de 1998 a Cuba para presenciar la llegada del Papa, es decir, el encuentro entre el Espíritu Santo y el Espíritu de la Historia, en La Habana, ciudad de los espíritus. Poco podía esperar que en La Habana se gestaba la respuesta cosificada del enigma de la coincidente presencia de Lady Di, Che Guevara y la madre Teresa de Calcuta. El Che permanecía en su gigantesca imagen de la Plaza de la Revolución, como si mirara de reojo al no menos gigantesco Sagrado Corazón de Jesús elevado para respaldar la próxima misa pontificia. Pero el Che estaba en todas partes de la ciudad como casi exclusivo icono de la Revolución y referente moral en tiempos de crisis. Entre la vorágine de actividades provocadas por la anunciada llegada del Espíritu Santo, me llegó la noticia de que Eusebio Leal, historiador y conservador de La Habana, estaba inaugurando una plaza dedicada a Lady Di. No sabía yo cuando me encaminaba hacia la nueva plaza situada en el corazón histórico de La Habana que iba a asistir al final feliz de la mitomanía fin de siglo.

Cuando Leal sale de su oficina de la Plaza de San Francisco para ejercer ciceronía, pasea las calles de la Habana Vieja como el señor del castillo pasea por el cortil entre pleitesías, agradecimientos de favores, recordatorios de necesidades y calculadas paradas para ejercer de rostro humano e intelectual del poder. Cicerone erudito de castillos y fuertes, cicerone de lujo de su pequeño reino afortunado que se extiende desde sus oficinas sitas en la Plaza de San Francisco hasta los límites de la ciudad histórica sobre la que se aplica. Me enseña ejemplares intervenciones: Convento e Iglesias de Santa Clara de Asís, etc., etc. Pero junto a todos los Eusebios que he ido acumulando desde aquel primer, casi olvidado encuentro de 1985, reservo un espacio aparte para el que inaugura una plaza dedicada a Lady Di., en uno de los lóbulos privilegiados del centro histórico, junto a la Plaza de San Francisco. Llego a tiempo de presenciar el prodigio, el lanzamiento al tiempo y al espacio de una plaza dedicada a Lady Di, bautizada por el verbo florido de Eusebio y el autocontenido del embajador británico. Se espera la visita del Papa, pero de momento sobre esta plaza ya ha descendido el espíritu de la princesa de Gales, la única adúltera, no olvidemos, que murió virgen y mártir.

Eusebio habla y recuerda que Lady Di murió en la misma semana que la madre Teresa de Calcuta. Recuerden los cuerpos, propone Leal y convenimos con él, en que eran muy distintos. Pero comparen los espíritus, vuelve a proponer y concluye: las dos se sacrificaron por los demás, la madre Teresa desde la obviedad del sacrificio, Diana de Gales cediendo sus más preciosos vestidos para las causas más nobles. El embajador del Reino Unido pone cara de recibir el más sentido pésame de la cubanía. Intelectuales tan significados como Alfredo Guevara o Miguel Barnet insisten en sus melancólicas poses habituales, pero diseccionan la lingüística de una plaza en la que han colaborado tan significados artistas cubanos como Sosa y Quintanilla, para lograr la conceptualidad de un lago y un falo, florales, caribeños el lago y el falo, pero en cierto sentido referentes de la última morada de la Dama del Lago, tan vigilada por su desconsolado hermano Lord Spencer. Consulta mi sorpresa sobre esta inesperada convocatoria de Eusebio del espíritu de Lady Di y alguien me comenta: "Cada vez son más los turistas británicos. Sin duda vendrán aquí a peregrinar y dejarán en

“

Si un rey o un príncipe
constitucional es hoy en día un
mandatario celestial dependiente
del Parlamento ventrílocuo,
¿qué es una princesa morganática
casada con un príncipe aspirante
a mandatario celestial condicionado
por el Parlamento ventrílocuo?
Nada o casi nada hasta que llegó
Diana Spencer a la alcoba
de Carlos de Inglaterra

”

”

La Habana muchas libras esterlinas”.

Fin de siglo en La Habana, y que me perdonen Fogel y Rosenthal la utilización del título de su libro. Leal planea el futuro no sólo de La Habana sino de la globalización cultural y su mirada tiene en cuenta sin duda el espectáculo que yo vería meses después en París desde el puente D'Alma, en compañía de una silenciosa, curiosa banda de mirones del lugar donde Lady Di pronunció sus últimas palabras: Dejadme en paz, dejadme en paz... *Sous le pont Mirabeau coule la Seine...* escribió Apollinaire y añadió que la alegría suele venir después de la pena: Instalada en el santoral *light* del Gold Gotha, Lady Di ya tiene un año de antigüedad y de proyectos comerciales *post-mortem*. Para empezar, la isla donde reposa en las propiedades de los Spencer es un lugar de peregrinación *voyeur* al precio de unas 120 libras esterlinas por persona y su memoria está protegida por los tribunales capaces de condenar a *Paris Match* a pagar 50.000 francos a Mohamed Al Fayed, suegro *in pectore* de la princesa, por haber reproducido una fotografía en la que Lady Di y Dodi se besaban. Por otra parte, la empresa Asbro ha tratado de producir una muñeca Lady Di. Otra empresa gestiona un rompecabezas; la firma de la princesa ha aparecido respaldando una marca de margarina; los estudiantes de Ciencias Políticas de la Univer-

sidad Libre de Berlín dedican su tiempo a estudiar el tema: *La princesa de Gales, mito y política*, y el testamento oficial de Lady Di fue un *best-seller*. La revista española *Lecturas* publicó unos figurines de los vestidos más fotografiados de Beata Spencer, con el fin de que las muchachas en flor españolas puedan vestirse desde la necrofilia, demostración del impacto hispánico causado por la muerte de la virgen adúltera, hasta el punto de que el primer detenido por robar flores mortuorias depositadas en la tumba fue un español. Su nombre para la Historia: Guillermo Hernández Setién.

Lady Di está sepultada bajo las ofrendas. Se recogió en España un compendio de artículos y opiniones sobre la leyenda áurea de la princesa y participaron en el ramillete desde un especialista en historia contemporánea como Paul Preston hasta Cabrera Infante, urdidor y capador de mitos que escribió *Pavana para una inglesa difunta o la princesa que quería vivir con párrafos* muy meritorios: *Pero Diana era leve, su cadáver apenas pesaba. Se dice que habría podido subir a los cielos si hubiera sido la institutriz que levita o fuera la monja que vuela*. Imagen de Diana en Internet como reafirmación de voluntad de eternidad cibernauta, posible museo en el palacio de Kensington ofrendado por su suegra la reina Isabel II, objeto de culto necrofilico para su hermano Charles, conocido hasta hace un año como uno de los príncipes bebedores de *champagne* del Reino Unido y ahora vengador crítico del calvario padecido por su hermana a manos de la familia real y de la prensa amarilla. Este sospechoso aristócrata, habitual vendedor de la exclusiva de las fotografías de lo que va a hacer o de lo que ha hecho (vendió las fotos del nacimiento de su único hijo por 250.000 libras a la revista *Hello!*) puede convertirse en un personaje shakespeariano vagando por las almenas de los palacios donde moró Lady Di con su cadáver, como metáfora, entre los brazos. Ha comprendido que el siglo XX, con el hígado hecho polvo por la metabolización de tantos héroes de acero, necesita banalizar a los héroes duros supervivientes como el Che o la madre Teresa y consagrar la memoria de una princesa que iba para delicado bocado *fast food* y se ha convertido en la única momia sagrada de la postmodernidad.

* *Le Monde Diplomatique*. Agosto-Septiembre de 1998. N° 33-34. Extra Edición Española. Páginas 31 y 32.

La identidad de la Comunicación Organizacional

La Comunicación Corporativa se refiere, por lo tanto, a la aplicación de la comunicación en las corporaciones-organizaciones. El frente más explorado es el de la Imagen e Identidad Corporativa, que originaron la línea de Defensa Corporativa que es la que trabaja sobre la introducción, cambio o refuerzo de la actitud pública de las organizaciones.

■ Denise Shumal K.

En un sesgo injustificado el estudio de las organizaciones se remite sólo a las de carácter laboral, aunque indirectamente se tocan la familia y sin duda se atraviesa a la sociedad. Existen muchas definiciones de lo que es una organización. C. Barnard habla de "un sistema de actividades conscientes o fuerzas conjuntas de dos o más personas." La Teoría Organizacional tiene su origen, por un lado, en las Psicologías Social e Industrial, y por otro en la Ciencia de la Administración. En esta línea se encuentran los "precursores" del estudio de las organizaciones en la contemporaneidad: Ch. Barnard, H. Favol y M. Weber. De la T.O.

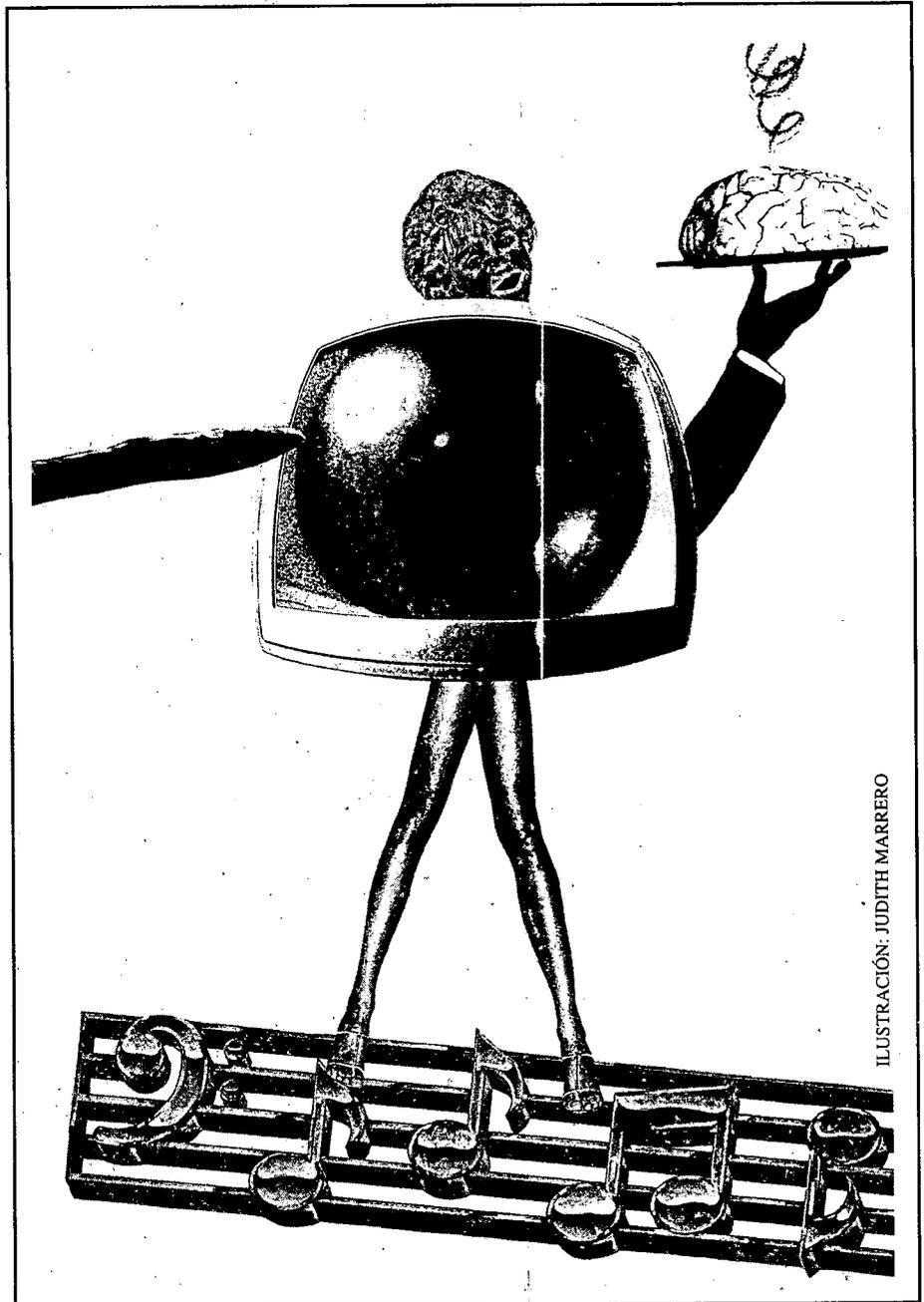


ILUSTRACIÓN: JUDITH MARRERO

emergieron las Relaciones Públicas, cuyos expertos sirven de nexos humanos entre organizaciones: entre éstas y el/los clientes: entre éstas y los Medios de Comunicación y entre las organizaciones y el público. Esta actividad se vio luego vinculada a las florecientes áreas de la Propaganda y la Publicidad, así como a la Opinión Pública. Paralela a ella surgió la Comunicación Administrativa o Comercial, que produjo una serie de cursillos, con técnicas para escribir y eventualmente hablar correctamente (Oratoria u Ortología).

INSTITUCIONES Y TEORÍA INSTITUCIONAL

Fue entre 1937 y 1947 que se identificó y analizó a las instituciones como tipos específicos de formas sociales. La Corriente Institucional tuvo, sin embargo, su máximo auge en los '70, cuando, según Scott¹, resurgió como extensión intelectual del Movimiento Humanista. El significado del término institucional es variado. Desde una perspectiva sociológica, se le asocia a las instancias mediante las cuales los individuos participan en relaciones más o menos persistentes. Fitcher² define una institución como "una estructura relativamente permanente de pautas, roles y relaciones que las personas realizan según determinadas formas sancionadas y unificadas con objeto de satisfacer necesidades sociales básicas". Otra asociación es con lo legal: "aqueel cuerpo social que con personalidad jurídica o sin ella está integrado por una pluralidad de individuos cuyo fin responde a las exigencias de la comunidad y del que derivan situaciones objetivas o status que envisten a sus miembros de deberes y derechos estatutorios".³ Una adicional es la de la institución como forma establecida de un grupo y las relaciones que se derivan de ella, como el matrimonio y la familia. Esta perspectiva tiene también una vertiente llamada Gerencial, cuyos máximos representantes son P. Selznick y H. Simon. El segundo, Premio Nobel de Economía en 1978. Ella toma en cuenta la relación entre la organización y su ambiente, lo cual es muy importante, pues hasta aquí la Teoría Organizacional había descuidado los factores externos, especialmente porque los ambientes eran relativamente plácidos y estables. Esta aproximación sostiene que las organizaciones son más que la suma de acciones individuales porque adquieren vidas propias sobre las cuales ningún individuo tiene control o es responsable.⁴



La investigación empírica en el área de la Comunicación Organizacional en los EE.UU. ha tendido a adoptar la observación clínica, el análisis indirecto, el análisis de flujos o flujogramas y el análisis transversal. Como respuesta, se han estimulado los estudios longitudinales a profundidad. Y pese a la dificultad en realizar trabajos in situ, se ha destacado un sesgo hacia los estudios de carácter empírico-positivista.



COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Muriel y Rota se refieren a ella como "un término nuevo que surge a raíz del gran interés que existe por el estudio de las instituciones y de su importancia en la sociedad actual".⁵ Ellas se remiten a la definición del Informe McBride "el sistema de intercambio de datos, informaciones, ideas y conocimientos que se establece entre las instituciones públicas, privadas, nacionales e internacionales, por un lado, y su público real y virtual, por el otro" (p. 36). En el documento anterior se hace efectivamente una importante referencia a la Comunicación Institucional como "la actividad que progresa en forma creciente". Estas autoras la definen como: "El sistema coordinador entre la institución y sus públicos que actúa para facilitar la consecución de los objetivos específicos de ambos y, a través de ello, contribuir al desarrollo nacional" (Op. cit. p. 31). Ella contiene, en suma, una concepción sistémica⁶, procesal; y una perspectiva desarrollista, que encaja perfectamente con el epistema latinoamericano de los '70.

CORPORACIÓN Y TEORÍA CORPORATIVA

El concepto de corporación se basa en

comparar la organización como un cuerpo compuesto por partes-miembros. Es decir, plantea la analogía orgánica de Claude Bernard. Weber la define como "una relación social de tipo asociativo caracterizada por un personal administrativo dedicado a tal actividad de manera continua y propositiva."⁷ Lo que se presta para confusión es que, en rigor, las corporaciones son sólo un tipo de organizaciones laborales. Esta es la nomenclatura privilegiada actualmente por el área de la Administración, y la que absorbió también la línea institucional-gerencial. Una de sus mayores influencias ha sido la Escuela de Negocios de la Universidad de Harvard y su *business policy*, cuyo eje es el concepto de estrategia. Así es como se popularizó en América Latina el término anglo *management* (literalmente, manejo o administración de algo). Igualmente los términos relacionados, *lobbying* (traducible como las RR.PP. de la política) y *performance* (del anglo, desempeño) Ansoff (Estrategia Corporativa, 1965. Bartoli, p. 42), indica que se basa en determinar un sistema de objetivos y criterios de acción destinados a orientar la actividad de la empresa. Hacia los '90, la Administración hace un giro conceptual de las estrategias a los procesos (productivos, logísticos, de competitividad y de interacción en general).⁸ Esta línea ha promovido una postura tecnócrata de las comunicaciones. Entre los vocablos recientes más importantes se encuentran los de reingeniería y calidad total. La Comunicación Corporativa se refiere, por lo tanto, a la aplicación de la comunicación en las corporaciones-organizaciones. El frente más explorado es el de la Imagen e Identidad Corporativa, que originaron la línea de Defensa Corporativa que es la que trabaja sobre la introducción, cambio o refuerzo de la actitud pública de las organizaciones.

COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL

También conocido como *organizational behaviour*, Robbins lo define como una "disciplina que investiga el influjo que los individuos, grupos y estructuras ejercen sobre la conducta dentro de las organizaciones, a fin de aplicar esos conocimientos y mejorar la eficiencia de ellas."⁹ Como toma el comportamiento como referente explora en detalle aspectos acerca de la personalidad. Es importante notar que esta vertiente tiene un carácter mixto o interdisciplinario, que

incluye las diferentes disciplinas de las ciencias sociales. No es raro que los expertos en el área opten por llamar las dos denominaciones en forma alternativa como comportamiento o comunicación organizacional, en virtud de que, desde la mirada interaccional/relacional ambos son teóricamente sinónimos. En suma, se trata de la nomenclatura más próxima a la que nos atañe.

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

El estudio de la C.O. se produjo con la simbiosis entre la Ciencia de la Comunicación y la Teoría Organizacional, incluyendo los aportes de cada uno de los anteriores y su producto. En un artículo recién publicado, Putnam hace un resumen de las diferentes formas en las que los teóricos clásicos de la organización (es decir, la T.O.), han tendido a igualar la comunicación. A saber: con el flujo ascendente de mensajes y la persuasión de los trabajadores (Taylor, 1912); documentos y la autoridad para dar órdenes (Weber, 1947); el flujo horizontal de información (Fayol, 1925-49); y con canales formales de comunicación (Barnard, 1938-68), entendidos como las rutas dictadas por la jerarquía.

Como señalamos, el grueso de los aportes han provenido de los Estados Unidos. Linda Putnam,¹⁰ una de las más renombradas expertas en Comunicación Organizacional de ese país, postula que ésta emergió de tres tradiciones de la "comunicación del habla" (*speech communication*): la Persuasión (es decir, publicidad y propaganda juntas), el Discurso Público (u oratoria) y la Teoría de Comunicación Humana. Es interesante notar que en EE.UU. el *Speech Communication* cuenta con gran prestigio, y constituye una unidad o escuela propia.¹¹ Según Putnam, el estudio académico de la C.O. data de los años '20, cuando se comenzó a adiestrar ejecutivos en el arte de la palabra. Para Jablin et al no fue sino hasta 1972, con la publicación del libro de Charles Redding *Communication within the Organization*, que se hizo una revisión e interpretación de la literatura comunicacional de las organizaciones. Existía material antes, pero era escaso, disperso y estaba orientado a la Teoría Organizacional. En *The Management of Innovation*, 1961, Redding demuestra cómo los investigadores en comunicación organizacional toman aportes y les dan una explicación desde una perspectiva

específicamente comunicacional. Otro clásico de la misma época es el de Lee Thayer, *Comunicación en las Organizaciones*. Con ellos, indican los expertos norteamericanos, se da origen a la C.O. propiamente tal.

Entre las revisiones literarias norteamericanas más relevantes se cuentan las de Redding, 1972, Porter y Roberts, 1976, Richetto, 1977, entre otros; y más recientemente Jablin, Putnam, Roberts y Porter, 1987. Goldhaber y Barnett, 1988. Los dos últimos años, Putnam, Stohl -entre otros- han hecho importantes compilados al respecto.

TEORÍA Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN EN C.O.

Hacia fines de los '70, Putnam identificó cuatro grandes "familias" de intereses teórico-metodológicos en los últimos años: 1) la política, 2) la retórica, 3) la de procesamiento informativo, y 4) la cultural.¹² Unos diez años después ella junto con Jablin, Roberts y Porter tomaron la nomenclatura de A. Fisher para clasificar los aportes en Comunicación Organizacional: 1) mecanicista o mecánico, 2) psicológico, 3) interpretativo-simbólico, y 4) sistémico-interaccional. El enfoque mecanicista se concentra en la transmisión y recepción acuciosas del mensaje a través del canal, proceso al que ve como lineal y transitivo. El psicológico, en las intenciones y aspectos humanos de la comunicación presume que existe una correlación lineal entre las cogniciones y el comportamiento. El enfoque sistémico-interaccional postula, por último, que el sistema comunicacional determina el comportamiento organizacional. Este enfoque concuerda, además con el de la T.G.S., que ve la comunicación como un proceso mayor que la suma de las partes. Más que visualizar la comunicación como algo que alguien hace (ejemplo: manda, recibe, percibe ...), la ve como un acto de participación.

La investigación empírica en el área de la Comunicación Organizacional en los EE.UU. ha tendido a adoptar la observación clínica, el análisis indirecto, el análisis de flujos o flujogramas y el análisis transversal. Como respuesta, se han estimulado los estudios longitudinales a profundidad. Y pese a la dificultad en realizar trabajos in situ, se ha destacado un sesgo hacia los estudios de carácter empírico-positivista. Esto ha producido, como resultado, una crítica a la supuesta

"descontextualización" que se produce y/o al "congelamiento" de los procesos reales.

En un artículo a publicarse este año, Putnam et al (op. cit.) apuntan a los que, según ellos, habrían sido los intereses que dominaron el período fundacional del área que catalogan de "orientación modernista": 1) las destrezas que hacían a los individuos ser comunicadores más efectivos en el trabajo, y 2) los factores que caracterizaban la efectividad comunicacional a través del sistema. Bajo esta orientación. Se percibía a las organizaciones como entidades racionales e instrumentales. Por ello, la comunicación incorpora un sesgo utilitario o instrumental. Ambas eran realidades objetivas que podían medirse y testearse bajo condiciones de experimentación controlada con herramientas metodológicas prestadas de las ciencias "naturales". Jablin¹³ hace un *racconto* de las investigaciones efectuadas entre 1940-1973. Dice que en los '40 éstas se ocuparon de optimizar la comunicación descendente; en los '50 surge el interés por la comunicación grupal; en la década siguiente, aumenta el interés por las redes y los climas organizacionales, y en los '70 los análisis sobre liderazgo, estilos comunicacionales y estudios sociométricos. En los '80 habría predominado una simbiosis entre la creencia de las organizaciones como sistemas, y criterios más pragmáticos. Putnam et al postulan que entonces se produce un giro radical, que desafía la tradición investigativa, ausente de marcos de referencia y consideración a las nuevas realidades de las organizaciones. Dejando atrás una mirada lineal y transmisiva de la comunicación, se define la C.O. como "el estudio de los mensajes, información, significado, y actividad simbólica." (Putnam y Cheney, 1985.) Desde entonces -finalizan- han surgido los siguientes dominios de investigación: el significado de eventos organizacionales; ambigüedad estratégica; lenguaje, símbolos y cultura organizacional; identificación organizacional y control en las organizaciones; reglas y escritos sobre comunicación; discurso público corporativo; y el ejercicio del poder a través de la comunicación distorsionada.

ENSEÑANZA DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Respecto de la enseñanza del área en el norte, Putnam¹⁴ señala que los objeti-

vos pedagógicos de los cursos han tendido hacia la administración de la comunicación, y a las destrezas comunicacionales en general. Asimismo, al Desarrollo Organizacional y los sistemas y ambientes comunicacionales. Se ha fomentado el análisis de problemas (estudio de casos), el juego rólico⁵, junto al desarrollo de habilidades concretas. Dentro de las perseguidas se encuentra la investigación de campo, pues indica que se hace aún necesario despertar conciencia de la importancia de lo organizacional.

Como ha sido la tendencia histórica, América Latina ha tendido a adoptar modelos y prácticas foráneas. La Organizacional ha sido preeminentemente anglosajona y francesa. De este modo, el estudio de la C.O. se ha dado casi a cabalidad bajo el alero de los planteamientos provenientes de EEUU. Lo anterior se ha soslayado, en virtud de la demanda y necesidad por parte de las propias organizaciones por información sobre C.O. Últimamente, la región ha visto un resurgimiento del tema, y por ello que se ha tendido a desarrollar un quehacer propio. Según Casares, la práctica profesional de la Comunicación Organizacional en las organizaciones en Latinoamérica ha tenido tres etapas marcadas: una centrada en los Medios (en los '60), una segunda en la comunicación interpersonal y grupal para el desarrollo organizacional (D. O.), en los '70, y una última en la que se busca una comunicación organizacional integral que posibilite las relaciones humanas más eficientes en función de los objetivos, y una imagen coherente con su identidad.¹⁶

Nuestras universidades incorporaron esta materia primero dentro de los currículos de Administración en los '50, y veinte años después a las Escuelas de Periodismo. En forma progresiva se han ido impartiendo cada vez más cátedras, postítulos y hasta grados académicos tanto en la disciplina anterior (y sus afiliadas) como en la nuestra.

En lo concreto, hace 16 años que la Facultad de Administración de la Universidad de Chile (estatal) imparte un postítulo en Desarrollo Organizacional. Más recientes son el de la Universidad de Santiago (estatal) también de la Escuela de Administración, y el de la Universidad Diego Portales (privada) de la Facultad de Ciencias Administrativas, con grado de Magister en Desarrollo y Comportamiento Organizacional.¹⁷ Es el único a nivel de posgrado que se imparte en Chile. La única iniciativa desde nuestra

“

Como ha sido la tendencia histórica, América Latina ha tendido a adoptar modelos y prácticas foráneas. La Organizacional ha sido preeminentemente anglosajona y francesa. De este modo, el estudio de la C.O. se ha dado casi a cabalidad bajo el alero de los planteamientos provenientes de EE.UU.

”

área ha sido el Diplomado ofrecido a partir de 1989 por la Escuela de Periodismo, de la Universidad Diego Portales, en el cual tuve el placer de participar. Dos años después, el Centro de Extensión de la Pontificia Universidad Católica de Chile comenzó a ofrecer el Diplomado en Comunicación Corporativa, que ha tenido mucho éxito con una orientación hacia los negocios.

En un estudio realizado el año pasado por Otero y Fuenzalida para el Consejo Superior de Educación de Chile¹⁸, estos expertos sitúan la C.O. en el área de RR.PP., pero aluden a la primera como Comunicación Institucional y Corporativa. Le añaden, además, Publicidad y Marketing, Propaganda y Persuasión.

Al examinar las áreas de RR.PP. de una muestra de 11 instituciones detectaron que es la Escuela de Periodismo de la Universidad de Chile la más antigua de dichas escuelas, sobrepasa ostensiblemente a las otras con 14 cursos de esta área. Los datos acerca de las 10 restantes son los siguientes:

- 2 de las Instituciones tienen 6 cátedras
- 3 de ellas tienen 4 cátedras en el área
- 3 de ellas tienen 2
- 1 tiene una sola cátedra
- la restante no tiene ninguna cátedra del área antes mencionada

Un examen más detallado de las mallas curriculares permitiría señalar su ca-

rácter, (electivo, especializaciones), ubicación (en qué lugar se encuentra longitudinalmente), y más interesante aún, su orientación (lo cual se logra mediante una revisión del contenido de sus programas de curso). Desafortunadamente, el acceso a estos datos resulta muy engorroso aún para un investigador, ya que la institución (C.S.E.) que posee dicha información la considera “privada”.

Un análisis de contenido de los anteriores sería sin duda lo ideal para determinar la nomenclatura privilegiada en las Escuelas de Periodismo chilenas: Comunicación Institucional, Comunicación Empresarial, Comunicación Organizacional o simplemente, la más antigua de todas, Relaciones Públicas.

En sus análisis curriculares para la FELAFACS, Benavides y Fuentes -entre los más recurrentes- han hecho alusión a la Comunicación Organizacional, que juntan con la de RR.PP. Ellos la sitúan como una Especialidad y la colocan hacia el final de la carrera. Esta parece ser la tendencia local, de acuerdo con mi experiencia en media de docena de Escuelas chilenas.

INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Si bien ha habido un aumento notorio de programas de estudio sobre organizaciones, la investigación en ella ha sido menor: “prácticamente nulo”, según sostiene Casares (op. cit. p. 76), aunque no provee datos. Por ello, él presenta una propuesta para sistematizar la práctica de la investigación en C.O. universitaria regional. Esta, parte de una metodología para “intervenir de manera deliberada, sistemática y coherente en la conciencia de la identidad institucional que corresponda mejor a su realidad externa e interna para que se adecue a lo que pretende ser (Ibid., p. 78.). Segundo, plantear la necesidad de una estrategia comunicativa integral que permita proyectar identificadores que propicien una imagen coherente de las instituciones. Tercero, a partir del anterior, proponer un programa de intervención profunda a corto, mediano y largo plazo que garantice el establecimiento de un sistema permanente de comunicación integral. Y por último, relacionar las necesidades e intereses de la organización y los de su personal y consumidores con el contexto y las necesidades sociales.

No obstante lo anterior, varios autores

latinoamericanos han hecho aportes intelectuales y empíricos valiosos, partiendo por el chileno radicado en California Fernando Flores, inventor de un software de comunicaciones para las organizaciones. Asimismo, el colombiano F. Manrique y sus elaboraciones sobre el cambio organizacional; M. Restrepo y sus conceptualizaciones en el área; el guatemalteco F. Varona y sus investigaciones en auditoría organizacional, entre otros. Es innegable, sin embargo, que la teorización e investigación en América Latina siguen siendo fragmentadas y dispersas, a la espera de reconocerse y lograr mayor consolidación.

BIBLIOGRAFÍA

- BARTOLI, Annie. *Comunicación y Organización*. Paidós. Buenos Aires. 1991.
- CASARES, Pablo. "Universidad y Comunicación Organizacional". En: *Memorias del I Simposio de Comunicación Organizacional*. Cali, septiembre de 1991.
- CORPORACIÓN UNIVERSITARIA AUTÓNOMA DE OCCIDENTE. I Simposio de Comunicación Organizacional. Cali, septiembre de 1991.
- DELANO, Bárbara. *Relaciones Públicas*. Editorial Universitaria. Santiago, 1988.
- DIÁLOGOS DE LA COMUNICACIÓN. Revista de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, FELAFACS. N° 39, dedicado al Estado de la Comunicación Organizacional en la Región. Lima, junio de 1994.
- FERNÁNDEZ-COLLADO, Carlos. *La Comunicación en las Organizaciones*. Trillas, México, 1991.
- FLORES, Fernando. *Inventando la Empresa del siglo XXI*. DOLMEN, Santiago, 1988.
- GOLDHABER, Gerald. *Comunicación Organizacional*. Diana, México, 1984.
- JABLIN, PUTNAM, ROGERS Y PORTER. *Handbook of Organizational Communication*. Sage Publications. California, 1987.
- JABLIN, Frederick. "El Estudio de la Comunicación Organizacional: su Evolución y su Futuro". Fernández-Collado ed., *Introducción a la Comunicación de Masas*. Cfr. bib., p. 111-141.
- MURIEL, María Luisa y ROTA, Gilda. "La Comunicación Institucional". En: *Comunicación Institucional: Enfoque Social de las Relaciones Públicas*.

NOTAS

- 1 Scott, Richard. *Institutions and Organizations*. Sage. California, 1995.
- 2 Fitcher, Joseph. *Sociología*. Editorial Herder. Barcelona. 1974. P. 248.
- 3 Enciclopedia Jurídica OMEBA. Tomo XVI. Buenos Aires, 1967. Cfr. Muriel y Rota. P. 37.
- 4 Eisenberg y Goodall. *Organizational Communication*. Pp. 79-80.
- 5 P. 23
- 6 De la T.G.S. que corresponde a uno de los paradigmas para abordar la Teoría Organizacional.

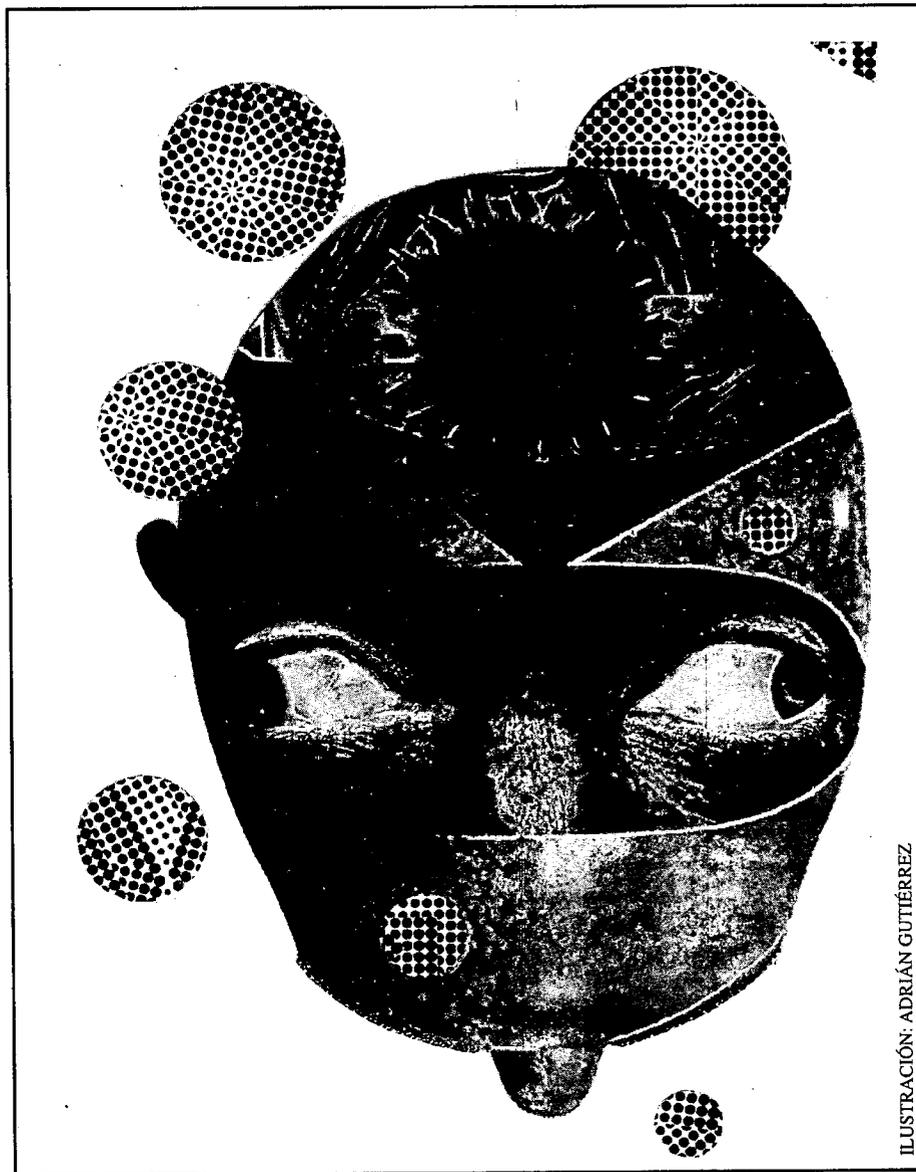


ILUSTRACIÓN: ADRIÁN GUTIÉRREZ

- 7 Weber, Max. *The Theory of social and economic organizations*.
- 8 La Teoría de la Comunicación Organizacional había abordado en extenso esta perspectiva en los '60 de moda, en especial a través del libro de Berlo *El proceso de la Comunicación*. Cabe notar, asimismo, que también en la ya creada Ciencia de la Comunicación Organizacional vieron los '70 y '80 un interés por el tema de las estrategias.
- 9 Robbins, cfr. bib., p. 6.
- 10 Putnam y Cheney. *New Directions in Organizational Communication: A Research Review*. Speech Communication in the 20th century. Southern Illinois University Press, 1985.
- 11 Entre las cátedras impartidas i.e. por dicho departamento en la Texas A&M University, se encuentran: Comunicación y Lenguaje; Oratoria, Comunicación y Discusión de Grupos; Entrevista; Argumentación y Debate; Práctica del Habla; Retórica en el Pensamiento Occidental; Teoría de la Comunicación del Habla; Comunicación Interpersonal; Persuasión; Comunicación Organizacional; Oratoria Norteamericana; Tecnología y Comunicación Humana y Comunicación Intercultural.
- 12 Jablin et al. *The Handbook of Organizational Communication*. Cfr. bib. P. 31.35.
- 13 Jablin, Frederick. "El Estudio de la Comunicación Organizacional: su Evolución y su Futuro". Fernández Collado ed., *Introducción a la Comunicación de Masas*. Cfr. bib. P. 111-141.
- 14 Putnam, Linda y Ford, Leigh. "Teaching Organizational Communication". En: Daly, Friedrich y Vange. *Teaching Communication: Theory, Research and Methods*. NJ. Lawrence Erlbaum, 1990, p. 118.
- 15 Entre los afamados está el Group Dynamics Inc. de Ernest Bormann profesor de esta autora en la Universidad de Minnesota. EE.UU., 1984.
- 16 Casares, Pablo. "Universidad y Comunicación Organizacional". *Memorias del II Simposio de Comunicación Organizacional*, Cali, Colombia.
- 17 Está dirigido por la Sra. Juanita Anguita, afamada consultora de empresas con un Ph. D. en Psicología Organizacional.
- 18 Según el C.S.E. existen 81 instituciones de enseñanza superior en Periodismo y Comunicaciones: 12 Universidades estatales, 27 Universidades privadas y 42 Institutos de Formación Profesional.

Vasco Szinetar



FOTO: KATALIN ALAVA

RETRATADA

El retrato femenino siempre ha estado marcado por la impronta de la belleza. Este grupo de imágenes de creadoras que he realizado durante los últimos años que he denominado Retratada, busca establecer un diálogo diferente con lo femenino. Se trata de construir una visión más humana y trascendente donde convivan ángeles y demonios.

Acerca de la obra fotográfica de Vasco Szinetar, el crítico de arte Víctor Guédez señala:

Importante es señalar que la focalización de las imágenes está apoyada en una atmósfera tan envolvente como íntima. Aquí tampoco el artista procura una ambientación prefabricada ni recurre a elementos que promuevan simulaciones. Sólo adopta las condiciones preexistentes y ejerce los encuadres así como las distancias que mejor se ajusten a sus personalísimas nociones de tiempo y de espacio fotográfico. Estas nociones se articulan rigurosamente para atender las demandas compositivas que, en el caso de Vasco Szinetar, se robustecen mediante énfasis en los equilibrios espaciales y en las simetrías de los recursos contextuales. Dentro de esta visión estructural, también quedan incorporados los esplendores y las penumbras que son absorbidos por una atrevida intuición. Puede decirse que nuestro artista, más que fabricar efectismos luminosos, descubre-derivaciones contraluminosas y las convierte en rasgos sustantivos de su discurso iconográfico.

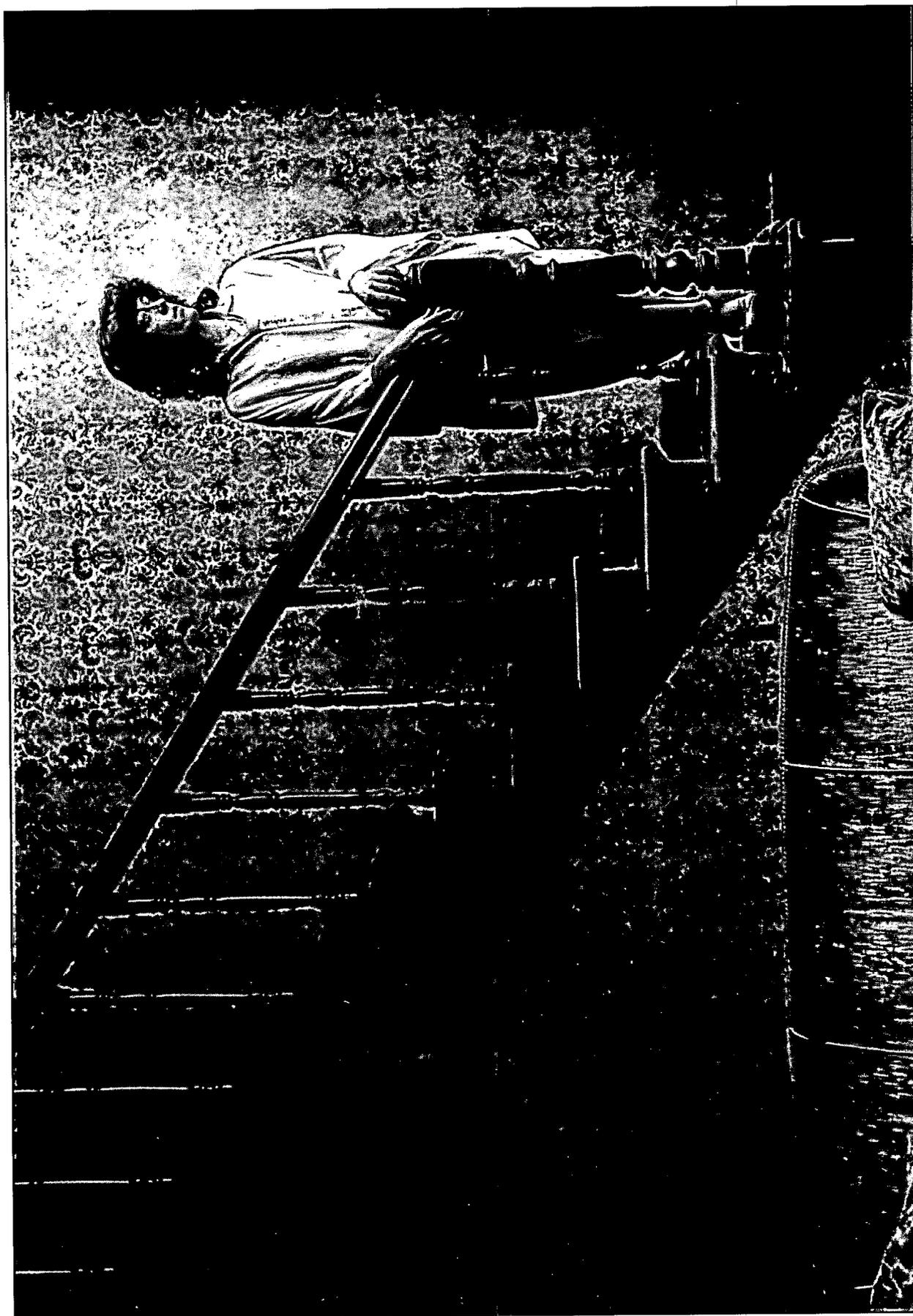
Víctor Guédez



Gabriela Rangel, ensayista venezolana



Alicia Segal, escritora venezolana



María Auxiliadora Álvarez, poeta



María Elena Ramos, investigadora



Antonieta Madrid, escritora



Stefania Mosca, escritora



Carmen Martín Gaité, escritor

Vasco Szinetar nace en Caracas en 1948, entre sus exposiciones colectivas tenemos: Primera muestra de fotografía contemporánea de Venezuela (Museo de Bellas Artes, Caracas, 1982); Primera Bienal de La Habana (Centro Wilfredo Lam, Cuba, 1984); Premios CONAC (Biblioteca Metropolitana Simón Rodríguez, Caracas, 1985); Ocho fotógrafos venezolanos (Galería Primer Plano, Barcelona, España, 1985); Foto Fest (Centro de Convenciones George C. Brown, Houston, EE.UU., 1992); Salón Michelena (Ateneo de Valencia, Valencia, Venezuela, 1998) Ha obtenido premios como el II Premio Nacional de Fotografía (CONAC, Caracas, Venezuela, 1982), Mención Premio Nacional de la Fotografía (CONAC, Caracas, Venezuela, 1984); Premio Eladio Alemán Sucre. Mención Artes Gráficas (Salón Michelena, Valencia, Venezuela, 1984); Mención de Honor (Salón Christian Dior, Caracas, Venezuela, 1993); Premio Harry Liepies (Salón Michelena, Valencia, Venezuela, 1996)

La investigación de la comunicación para el desarrollo

■ José Luis Aguirre Alvis

Son pocos los soñadores que hoy se atreven ante la fuerza avasalladora del discurso de la modernización y del postmodernismo a levantar la voz para advertir que Francis Fukuyama estaba equivocado, decirle que no ha llegado el fin de las ideologías ni el fin de la historia. Porque si a sus ojos hay igualdad y equilibrio en el desarrollo, ¿por qué seguimos siendo pobres?, y ¿por qué de cada 1000 niños 75 están condenados a morir antes de cumplir su primer año?, ¿por qué?

Cuando nos enfrentamos a la necesidad de definir qué es “investigar la comunicación” operativamente debemos partir de la descomposición de los términos que queremos entender, así podemos decir que investigar es el acto deliberado de conocer sistemática, metódica, analítica y críticamente la naturaleza o razón de ser de algún fenómeno o hecho que se presenta en la realidad. En el ámbito de las ciencias sociales diríamos que investigar es el diseño y procedimientos utilizados por un investigador con la finalidad de obtener información sobre determinadas conductas humanas para poner a prueba alguna formulación hipotética que se estima asociada a la explicación de un hecho o evento.

Ahora, si apelamos al origen etimológico del término investigación encontraremos que el mismo proviene de las voces latinas -“In-Vestigium”- que literalmente significan “en pos de la huella de...”, acepción desde la que se puede deducir que el proceso de investigación expresa el modo de llegar al conocimiento de algo por la vía indirecta o siguiendo una huella o vestigio de este algo (Cerdea, 1991:20).

Una vez aproximada la definición del término investigación ahora nos restaría entender el ámbito sobre el que se ejerce

el acto deliberado de conocimiento y así nos trasladaríamos a entender que comunicación no es un acto sino es un proceso por el cual una individualidad entra en cooperación mental con otra hasta que ambas llegan a constituir una conciencia común.

Apelando a un concepto más amplio citamos a Beltrán quien dice que: “La comunicación es el proceso de interacción social democrático que se basa sobre el intercambio de símbolos por los cuales los seres humanos comparten voluntariamente sus experiencias bajo condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación” (Beltrán, 1983).

En conclusión adelantada, hasta aquí, podemos decir que investigar la comunicación será el proceso de conocimiento empírico de la naturaleza de todo intercambio simbólico -circulación de mensajes- con la finalidad de entenderlo, explicarlo y finalmente controlarlo.

Ahora que tenemos una base inicial sobre lo que será la investigación de la comunicación debemos complementar lo dicho observando el destino de este trabajo de conocimiento. Este destino operará sobre el campo del desarrollo humano. Dado que el término desarrollo es un concepto definido de muchas formas y de acuerdo con distintas perspectivas, el presente documento evitará in-

gresar en una revisión de distintas acepciones para entender por desarrollo aquella situación de vida en la que los miembros de una sociedad encuentran condiciones favorables para garantizar su bienestar, reproducción y supervivencia con pleno goce de sus facultades naturales y espirituales.

Hasta aquí podemos decir que la definición de los términos "investigación de la comunicación para el desarrollo" no sólo nos ha permitido delimitar el ámbito sobre el que fijamos nuestro conocimiento -todos los procesos de intercambio simbólico-, sino también determinar la finalidad de nuestro proceso de conocimiento, operar con nuestro conocimiento empírico sobre las variables que determinan un estado de desarrollo.

Vale la pena remarcar de acuerdo con lo dicho anteriormente que el proceso de investigación opera bajo dos motivos: el primero, que es entender el mundo natural, y segundo poder obrar sobre la realidad para poder controlarla (Lord Snow, 1964, véase en Hsia, 1988:10). Lord Snow, quien propuso las indicadas funciones para la investigación científica en 1964, argumenta que nada que es desconocido puede ser controlado. Esto por extensión nos hace comprender que el móvil básico para el desarrollo del método de investigación científica es el criterio de descubrimiento asociado al criterio de control de la realidad.

Bertrand Russell, en su texto *la Perspectiva Científica* (1975:13), anecdóticamente hace alusión al criterio de control al indicar que desde el tiempo de las cavernas aquel primer hombre o mujer que dijo "el fuego quema" es que había llegado a esa conclusión a través de la verificación empírica dando nacimiento al trabajo controlado de observación que se conoce como el método científico. Russell argumenta a partir del ejemplo que el nacimiento del método científico tuvo que requerir que alguien se quemara una y varias veces y bajo diferentes condiciones ocasionando de este modo el surgimiento de dos conceptos científicos: la observación y la generalización.

Sea cual fuere el origen del método científico de investigación, muy probablemente atribuible por su proposición al italiano Galileo Galilei, todos estos pioneros de la observación metódica habrían trazado las bases de los momentos fundamentales de la investigación científica. De acuerdo con Russell estos momentos son tres: el primer momento, consiste en



La necesidad de reconocer que un trabajo de investigación científica en el campo de la comunicación debe poseer cualidades de utilidad quiere decir que no se investiga por investigar, ni tampoco para ejercitar métodos de investigación, sino que se investiga para conocer la realidad y este conocimiento no es un acto de ilustración, sino de efectiva búsqueda de soluciones a problemas reales que implican la participación de la comunicación. Entender esto será condición básica para la práctica de la investigación de la comunicación orientada a fines del desarrollo.



observar hechos significativos, el segundo, sentar hipótesis que si son verdaderas expliquen aquellos hechos, y el tercer momento, deducir de estas hipótesis consecuencias que puedan ser puestas a prueba por la observación.

El elemento más destacable de lo anteriormente dicho y capaz de despertar nuestra genialidad investigativa estará alrededor de los conceptos observación y sorpresa. Aquí podemos insistir que el desarrollo del espíritu de observación asociado a la sensibilidad de la sorpresa ante hechos que merezcan explicación científica es el punto de partida en el aprendizaje de una correcta disciplina inclinada al descubrimiento.

Citamos a Pérez Montfort en sus *Reflexiones Matutinas sobre la Investigación Científica* que sostiene que: "La imaginación genial en ciencia es ver lo que todo el mundo ha visto y pensar lo que antes nadie había pensado". Esta sentencia es una invitación al avivamiento de nuestros sentidos y racionalidad para

que los hagamos motores del descubrimiento de hechos significativos y relevantes en el campo de la comunicación, los que anteriormente aparecían ocultos mezclados en medio de la cotidianidad de la vida.

Mario Bunge, entre el listado clásico de las quince características del conocimiento científico, hace mención a la dependencia del conocimiento científico a atributos específicos como son el carácter sistemático, metódico, fáctico, empírico, y de utilidad, entre otros. ¿Cuál la importancia de estos conceptos para nuestra práctica de investigación? Primero, que no hay conocimiento ni estudio de conceptos fuera de un campo teórico previo, para investigar elegimos conceptos que técnicamente llamamos variables y los mismos salen de la teoría o conjunto de conceptos resultado de investigaciones previas. Nadie está en condiciones de decir que su caso de investigación es tan original o único que no hay conceptos o estudios previos del mismo. Si afirmáramos algo así estaríamos negando la condición de sistematicidad de la ciencia, que reiteramos es el uso de un continente -sistema- de conocimiento previo para continuar el proceso de generación teórica. Ahora el atributo de que el conocimiento científico es metódico indica la capacidad de control organizado de todo el acto de observación, en conclusión momentánea metódico alude a la rigurosidad de seguimiento de un diseño y el máximo aprovechamiento de algún instrumento o herramienta para la observación de la realidad. Entonces la metodicidad depende en gran parte de la capacidad y dominio instrumental del investigador, aquí aprovechamos en remarcar que el proceso de investigación es eminentemente un acto de descubrimiento y no de ejercicio de herramientas o métodos. Los métodos son como su nombre lo dice caminos para el descubrimiento pero en sí ellos ni son el objeto de la investigación ni tampoco las camisas de fuerza que irracionalmente se quieran aplicar a todo objeto o hecho de investigación. El que un investigador demuestre capacidad y pericia en el uso de las herramientas alrededor de un caso dado sólo es resultado de su comprensión de la lógica del uso de instrumentos o metodología y que disponga de un claro panorama de métodos consistentes a su postura metodológica.

Volviendo a Bunge los criterios, fáctico y empírico, que parecerían sinónimos



o similares poseen substantivas diferencias, primero, porque cuando se nos pide bajar un concepto o variable al plano fáctico se nos está exigiendo tener la capacidad de objetivarlo o materializarlo, es por esto que también se indica que el conocimiento científico es objetivo, en cambio cuando se nos dice que el concepto debe pasar por la prueba empírica quiere decir que nuestro concepto antes sólo objetivado debe ser puesto a prueba mediante la experimentación o sea la verificación por la experiencia.

Finalmente, dentro de nuestra elección deliberada de algunos criterios básicos que hacen al conocimiento científico tenemos la característica de utilidad, parecería casi innecesario tener que explicar cuándo algo es útil, esto sería así si es que no hubiera el riesgo de que muchos de nuestros trabajos de investigación al final de prolongados procesos de desarrollo no saben sostener para qué son útiles. Un trabajo de investigación que no sostenga convenientemente su utilidad teórica y práctica carece de la relevancia y por tanto no se ajusta a los requerimientos de contribuir a una ciencia aplicada que es la que nos interesa en el campo específico

del desarrollo.

La necesidad de reconocer que un trabajo de investigación científica en el campo de la comunicación debe poseer cualidades de utilidad quiere decir que no se investiga por investigar, ni tampoco para ejercitar métodos de investigación, sino que se investiga para conocer la realidad y este conocimiento no es un acto de ilustración, sino de efectiva búsqueda de soluciones a problemas reales que implican la participación de la comunicación. Entender esto será condición básica para la práctica de la investigación de la comunicación orientada a fines del desarrollo.

LAS VARIABLES SOCIO ESTRUCTURALES QUE INCIDEN EN EL DIRECCIONAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN

Son dos los continentes de variables que inciden en el estudio y comprensión de la comunicación humana en nuestras sociedades. Primero, la base social e histórica, y segundo, el estado del avance tecnológico de los medios de información.

No es extraño que el nacimiento de la investigación de la comunicación o de la llamada sociología de la información

partiera de un momento socio histórico marcado por el ambiente de la Segunda Guerra Mundial en el que a su vez se atraviesa la presencia de la radio como el medio electrónico de mayor dominio comparativo frente a otros medios. El modelo de los efectos o de la influencia propuesto por Harold Lasswell en 1927 y que nos propone la clásica estructura paradigmática, del quién, dice qué, por qué canal, a quién y con qué efectos, se constituye en la primera y más predominante visión de la comunicación desde una perspectiva funcionalista y que sería base para la comprensión y estudio de la comunicación humana. Beltrán a la cabeza de un pequeño grupo de teóricos de la comunicación desde Latinoamérica, tuvo la fortaleza de denunciar en los años 60 el carácter dominante y totalizador del modelo de Lasswell. El modelo del estudio de los efectos reforzado por Katz y Lazarsfeld como la clásica teoría de la aguja hipodérmica fue puesto en evidencia por su carácter informativista, ya que estaba construido sobre la idea del dominio del informador y la pasividad de un perceptor.

A partir del movimiento de la crítica latinoamericana, la investigación de la comunicación en nuestro continente se abre a una dimensión más amplia e inclusiva de la realidad donde los sujetos ya no son vistos como los receptores pasivos sino los actores integrados a los procesos dinámicos de la cultura. Además posibilitando una substancial redefinición del proceso mismo de la comunicación resituándolo en su dimensión humana, la del intercambio solidario y del ejercicio del mismo sentido de libertad a partir de la capacidad de todos de expresarnos.

Ya no existen emisores privilegiados, ni se piensa en el derecho de la información como la sutil imposición del poder que ejerce quien tiene que decir algo, sino que se empiezan a vislumbrar las posibilidades de un derecho a la comunicación que en esencia pretende reubicar el orden de los actores en un proceso de intercambio desde una perspectiva unilateral hacia una de efectivo diálogo. Este tipo de pensamiento fue aliento para un notable avance en el ejercicio de las formas de la comunicación en el escenario de lo popular sirviendo como fuente para el avivamiento de nuevas prácticas de investigación, descubrimiento de nuevos actores y situaciones de circulación de mensajes y sobre todo aporte a la comprensión de este proceso como base de un

relacionamiento no dependiente del instrumento, la comunicación comenzó a dejar de ser definida a partir de los medios e instrumentos que la amplifican, sino vista como la forma básica del relacionamiento humano que desde sus inicios no tuvo que depender de los medios sobre todo electrónicos para circular sus mensajes.

Sin embargo, y ajuicio de Jesús Martín Barbero, el calor generado alrededor de la comunicación popular y la comunicación y la cultura si bien hizo tono con las condiciones socio-históricas de los 70 y 80, éstas en el campo estrictamente teórico ocultaron tras la emotividad nuestra efectividad. Barbero dice: "Fuimos más afectivos que efectivos", por tanto las prácticas desbordaron la reflexión ocasionando la formación de una solidaridad más o menos difundida entre los comunicadores alrededor de conceptos como comunicación horizontal, participativa, dialógica, popular, etc.

Pero el momento socio-histórico ha pasado y lo que pareció de alguna forma consolidado en cuanto a la visión de los medios y de la comunicación en la sociedad comienza a ser resquebrajado por la dinámica de las dos fuerzas anteriormente indicadas. Las variables socio-históricas son otras, vivimos un tiempo impulsado por corrientes pragmáticas emparentadas con un discurso del mercado, y en cuanto a la base tecnológica asociada a la comunicación del momento ya no fijamos la atención en el ejercicio barrial o local de la comunicación, sino preferimos hablar de la globalización de las informaciones, de las autopistas de la información y hasta irreverentemente de la llegada apocalíptica de la aldea virtual. La incansable marcha de la tecnología nos ha puesto hoy frente a las redes globalizantes y globalizadoras del Internet, del uso cada vez más difundido de las ventajas satelitales para la circulación de la información, y de toda la fuerza de los recursos interactivos que se sintetizan en la palabra multimedia.

Resumiendo, la base socio-histórica y la base tecnológica vinculadas a la circulación de los mensajes ya no es la misma, entonces los retos para la comprensión de esta realidad a partir de la investigación de la comunicación nos dejan casi desarmados. Y esto puede ser tan así que no sabemos con facilidad cómo abordar el estudio de la llamada sociedad globalizada, y así como necesitamos recuperar instrumentos ante los nuevos objetos que se nos presentan también requerimos de instrumentos que contribuyan a la defensa

“

Nadie va en contra de las ventajas que pudieran resultar de las revoluciones tecnológicas, sino que desde la investigación de la comunicación y más aún desde una investigación de la comunicación para el desarrollo necesitamos ofrecer también respuestas para contraponer el discurso globalizante y homogeneizador que viene junto a la revolución tecnológica.

”

de los perceptores ante la avalancha tecnológica. Así como se investiga para entender, necesitamos investigar para ofertar caminos de la autodefensa comunicativa de los sujetos. Nadie va en contra de las ventajas que pudieran resultar de las revoluciones tecnológicas, sino que desde la investigación de la comunicación y más aún desde una investigación de la comunicación para el desarrollo necesitamos ofrecer también respuestas para contraponer el discurso globalizante y homogeneizador que viene junto a la revolución tecnológica.

Por otro lado, investigar la comunicación bajo la sombra de la revolución tecnológica de hoy no puede hacer perder de vista ni el carácter humano de la comunicación que se expresa en la fe a los procesos de intercambio y circulación de mensajes bajo condiciones de diálogo, ni tampoco creer con facilidad el discurso de la igualdad de la sociedad llegada con los medios electrónicos. Porque decir que existe un sistema global no quiere decir necesariamente que las partes de este sistema se estén convirtiendo en más y más iguales. Que las puertas del mercado garanticen una circulación más amplia de sus productos no hace que inmediatamente existan iguales condiciones de acceso para sus bienes. Entonces para comprender la comunicación en perspectivas de un desarrollo humano hoy se nos exige

pasar por la comprensión del entorno global y de las distintas fuerzas que actuando ahí hacen que la información y comunicación tome determinados rumbos. Sin caer en satanismos o excomuniones, ni en integracionismos o cultos tecnológicos los investigadores de la comunicación más que nunca deben ser los individuos despiertos a captar el entorno y, a pesar de tener la mirada en el deslumbrante horizonte tecnológico, no perder de vista la base humana sobre la que opera la circulación de mensajes, entonces no perder la confianza en las formas posibles y siempre deseables de una comunicación democrática, popular y siempre alternativa; alternativa ante una estandarización y masificación económica y cerebral. Algunas pistas para este trabajo pudieran estar en el serio abordaje de los instrumentos de la observación y estos supondrán:

- a) Avivar la capacidad de Observación y Sorpresa ante la realidad, esto será ver el entorno de la comunicación cruzado por las variables socio-históricas y las de las fuerzas del desarrollo tecnológico;
- b) Identificar objetos, hechos, o acontecimientos realmente significativos social y teóricamente. Hechos ligados al entendimiento, explicación y control de los actos comunicacionales;
- c) Formular lo más clara y operativamente posible aquellas preguntas o pregunta que hacen nuestro problema de investigación (revisar las formas de planteo de problemas de investigación). Según Kerlinger, Hernández Sampieri, Ander Egg y otros, el planteo de un problema de investigación no es la argumentación o justificación que se le dé al mismo, sino técnicamente la formulación de una pregunta que establece en su interior la relación mínima entre dos o más variables, que las mismas sean posibles de verificación empírica (pasar por la experimentación) y que oriente al abordaje de un hecho original, novedoso en fin de cuentas que merezca ser estudiado.

Cuando el camino está recorrido hasta aquí tendremos avanzados los pasos vitales: un problema comunicacional significativo, unos objetivos general y específicos muy consistentes al problema, y una necesaria justificación y fines de la investigación (por qué y para qué deseo investigar algo):

Todo lo hecho hasta aquí recién nos



invita a ingresar al campo instrumental donde tendremos que resolver la elección de la metodología y métodos adecuados para hallar respuesta a nuestra interrogación planteada. Recordemos que aquí ya no es posible aplicar la Ley del Instrumento, que quiere decir imponer el instrumento que yo tengo en la mano a cualquier objeto de conocimiento, al hacerlo yo tengo en la mano a cualquier objeto de conocimiento, hacerlo dañaría el objeto conocido ya que sacaría interpretaciones no siempre cabales del mismo, y por otro lado demostraría que yo he aprendido investigación a partir de las herramientas o métodos y no desde la necesidad de entender y explicar la realidad.

Las metodologías a las que habrá que apelar serán las que corresponden a los dos brazos de abordaje de la realidad: la metodología cuantitativa y la metodología

cualitativa y dentro de ellas sus métodos y técnicas correspondientes. El uso de la habilidad de su combinación e incluso la posibilidad de encontrar otros caminos, hacen que la investigación por naturaleza sea un hecho dinámico y necesariamente moldeable a la realidad y no la realidad que se moldea a los instrumentos de observación. Esto se logrará únicamente a partir de dos condiciones ejercicio-prácticas, constante de la investigación y capacidad de resolución de problemas reales a través de nuestras investigaciones.

Para tener un mapa de recorrido en la elección instrumental sugerimos adoptar una simple fórmula consistente en la del código numérico: 1-3-2-10. La clave nos indica que siempre debemos trabajar alrededor de un sólo problema (1); que el mismo puede ser sometido a la elección de tres (3) tipos de diseños espaciales y de control (uno transeccional, medición

en un solo punto del tiempo; otro longitudinal, el que invita a una observación en distintos momentos siguiendo el fenómeno, y finalmente un diseño experimental que supone el ejercicio de control de variables dentro de un escenario de laboratorio o artificial). Luego tenemos dos (2) caminos o perspectivas metodológicas (una cuantitativa y otra cualitativa), y de las mismas de manera consistente se desprenden los métodos o caminos. Así tenemos los diez (10) métodos que se desprenden de la siguiente forma: Métodos Cuantitativos: encuesta, análisis morfológico y análisis de contenido. Métodos Cualitativos: observación de campo, sondeo de opinión, entrevista en profundidad o intensiva, grupos focales, estudio de caso, métodos de intervención rápida o RAP (Rapid Assessment Procedures), y finalmente un método que es híbrido a ambas metodologías cual es el método histórico. De esta manera hemos recorrido la clave. Debemos tener presente junto a lo anterior que las técnicas, que son las maneras particulares de recorrer los caminos (métodos), se ajustan en función de la ductibilidad y dominio del método en su contacto con la realidad. Y finalmente, debemos saber que cada elección metodológica, cuantitativa o cualitativa, va también directamente relacionada con los criterios de composición de la muestra que de manera respectiva nos encaminaría a un muestreo probabilístico y a otro muestreo no-probabilístico.

COROLARIO

La tarea del comunicador y por tanto del investigador de la comunicación para el desarrollo comprometido con la dignificación del proceso humano básico cual es la comunicación, es precisamente advertir que por detrás de la ética indolora de proyectos globalizadores se encuentran las bases de una lógica de la exclusión, e incluso de la suplantación de los excluidos por los imaginados, aquellos que deben ser asimilados por constituirse en un peligro virtual (mujeres, jóvenes, indígenas, desocupados, etc.). Lo que parece inevitable ante la fuerza de la modernización es que los informadores y comunicadores son fácilmente los amplificadores de una lógica del desvínculo, porque en la medida en que éstos se conviertan en difusores del pensamiento único ocultan las diferencias de su sociedad y por la fascinación abren las puertas a la entrega de nuestros más profundos sueños ■

■ **Estudios****Resumen**

Ernesto Che Guevara es uno de los más importantes líderes simbólicos del siglo XX.

Los autores analizan cómo la prensa de los Estados Unidos construyó sus dos encuentros mayores con Che: su asesinato en Bolivia en 1967 —cuando la imagen construida era la del archienemigo— y el trigésimo aniversario de su muerte y repatriación de sus restos a Cuba en 1997, cuando la imagen perdió su filo político y la cobertura proveyó una oportunidad para perfeccionar la incorporación del Che al sistema hegemónico de información y entretenimiento

Abstract

Ernesto Che Guevara is one of the most important symbolic leaders of the twentieth century. The authors analyze how the press of the United States built their two major encounters with Che: his murder in Bolivia, 1967, when the constructed image was the one of an enemy, and the thirtieth anniversary of his death and his return to Cuba, 1997, when his image had lost its political dye. Their coverage gave an opportunity to complete the incorporation of Che to the leader system of information and entertainment.

El Che

muerte y resurrección

■ **Hanno Hardt****Luis Rivera Pérez****Jorge Calles Santillana**Traducción: **Emperatriz Arreaza Camero**

Ernesto Che Guevara permanece como uno de los más importantes líderes simbólicos de finales del siglo veinte, no sólo por su rol en la revolución cubana, sino también por su habilidad en capturar la imaginación de millones de personas en varios períodos de conflictos sociales y políticos. Su nombre permanece como sinónimo de las luchas por la libertad y la auto-determinación en muchas partes del mundo, y su legado por un nuevo socialismo ha inspirado a generaciones de prácticas revolucionarias. Su asesinato en 1967 intensificó la celebración del individuo y sus ideas, cuando él se convirtió en el ídolo de la resistencia y el cambio en el mundo, que estaba marcado por conflictos armados y contiendas ideológicas. Treinta años después de su muerte, y en la ocasión de su entierro en Cuba, su imagen ha recapturado la atención de la prensa en Estados Unidos y alrededor del mundo.

De acuerdo con uno de sus biógrafos, “como símbolo de la revolución política, él desapareció, porque la rebelión política fue derrotada y hoy no tiene ningún sentido. Pero, como él también es símbolo de la rebelión cultural, y la rebelión cultural todavía permanece hoy día, entonces hoy él reaparece como un símbolo, no de las políticas de los sesenta, sino de la revuelta cultural de los sesenta, lo cual es muy importante” (Castañeda, 1997).

Este proyecto está ubicado en la arena cultural del discurso público, y está centrado en cómo la prensa de Estados Unidos ha construido sus dos encuentros mayores con Che Guevara: el día de su ase-

sinato en Bolivia, en Octubre 9, 1967, y en los días cuando se ha conmemorado el treintavo aniversario de su muerte. Actualmente, se encuentra en riesgo el significado del Che, y de su posición en la narrativa histórica, así como de su imagen, que se ha transformado de ser un revolucionario radical y enemigo de los Estados Unidos durante el comienzo de los años sesenta, a la figura cultural de los noventa.

Stuart Hall (1981, 235) provee una perspectiva teórica para entender este proceso de desplazamiento a posiciones inestables cuando nota que el “significado de una forma cultural y su lugar o posición en el campo cultural no está inscrita dentro de su forma.

Ninguna posición es construida una sola vez y para siempre. Un símbolo radical o eslogan de este año puede ser neutralizado dentro de la moda del próximo año; al año siguiente, podría ser objeto de una profunda nostalgia cultural. Este proyecto está basado en una comprensión de la comunicación como articulación, la cual —cuando está localizada dentro de contextos institucionales— domina la conciencia cultural y formal, de acuerdo con el trabajo inicial de Hall (1980, 1989). De esta manera, este proyecto es acerca del proceso de re-articulación del Che, por el cual se ha movido de ser un símbolo de la oposición radical y del cambio revolucionario, a una expresión comodificada de la nostalgia.

Basándonos en la lectura de una prensa, variada, incluido el Internet, este proyecto identifica y describe la construcción del Che durante los períodos de Octubre

1967 y Octubre 1997, centrándose en los textos de las historias noticiosas, los artículos de opinión, y las revisiones de libros. Es interesante observar el discurso de la prensa sobre las condiciones socio-históricas específicas, y su poder constitutivo para reproducir o cambiar las representaciones sobre Che Guevara. El discurso de la prensa es visto como un campo de lucha que produce y sostiene

una articulación coherente sobre la riqueza simbólica del Che, y se dirige a la naturaleza dialéctica de las relaciones entre texto y sociedad. Asimismo, es visto como una parte constitutiva de la hegemonía cultural de las fuerzas económicas y políticas dominantes en la sociedad, y en el control de los efectos sobre todo tipo y género de discursos, por ejemplo, cómo los discursos son arti-

culados y en qué forma.

De este modo, este proyecto necesariamente se dirige a identificar las prácticas ideológicas de la prensa en EE.UU., que establecen la realidad sobre el Che Guevara, y proponen una visión particular que ubica al Che en relación con la experiencia del lector. Esta es una respuesta a un momento histórico específico, en el cual la imagen del Che asumió un rol específico en las políticas hegemónicas del orden cultural dominante. El proyecto considera como los textos de la prensa reflejan una visión particular del mundo, y la lucha ideológica entre la interpretación dominante del Che (y los eventos que rodean al mito), y otras posiciones, incluyendo al Che como un texto oposicional, inscrito con anterioridad en la historia de las relaciones entre Estados Unidos y Cuba.

La construcción del Che es un proceso ideológico particularmente interesante en la representación del enemigo, que involucra a la prensa en su rol como ejecutor del deseo político dominante. De hecho, la construcción de la imagen del Che es el resultado de diferentes estructuras y prácticas ideológicas, las cuales son sujeto de consideraciones analíticas que proveen un patrón a través del material, con referencia a las nociones de ideología discursiva, contexto y discurso del significado. El primero describe el marco ideológico general que es aplicado no sólo en el contenido particular de la narrativa periodística, sino también en las percepciones de los eventos por los periodistas, y sus maneras de construir y contar sus historias (ideología discursiva). El discurso del significado se refiere a los tópicos que enmarcan la historia de la muerte del Che y su resurrección (contexto de significado), incluyendo aquellos tópicos que los periodistas eluden o son ignorados por ellos; éstos envuelven información sobre la personalidad y vida personal (del Che), además de su vida como político, revolucionario, héroe nacional, o menos frecuente, como escritor, economista, o filósofo. La idea del encuadre incluye la naturaleza o tipo de estas historias, y los tipos concretos de técnicas periodísticas usadas para contar o comentar la muerte del Che (discurso de significado), como hechos, opiniones, y géneros como entrevistas o revisión de libros, inclinación política de los autores, y otras visiones que guían la narrativa.

Este proyecto puede ayudar a identificar el nexo entre las realidades políticas

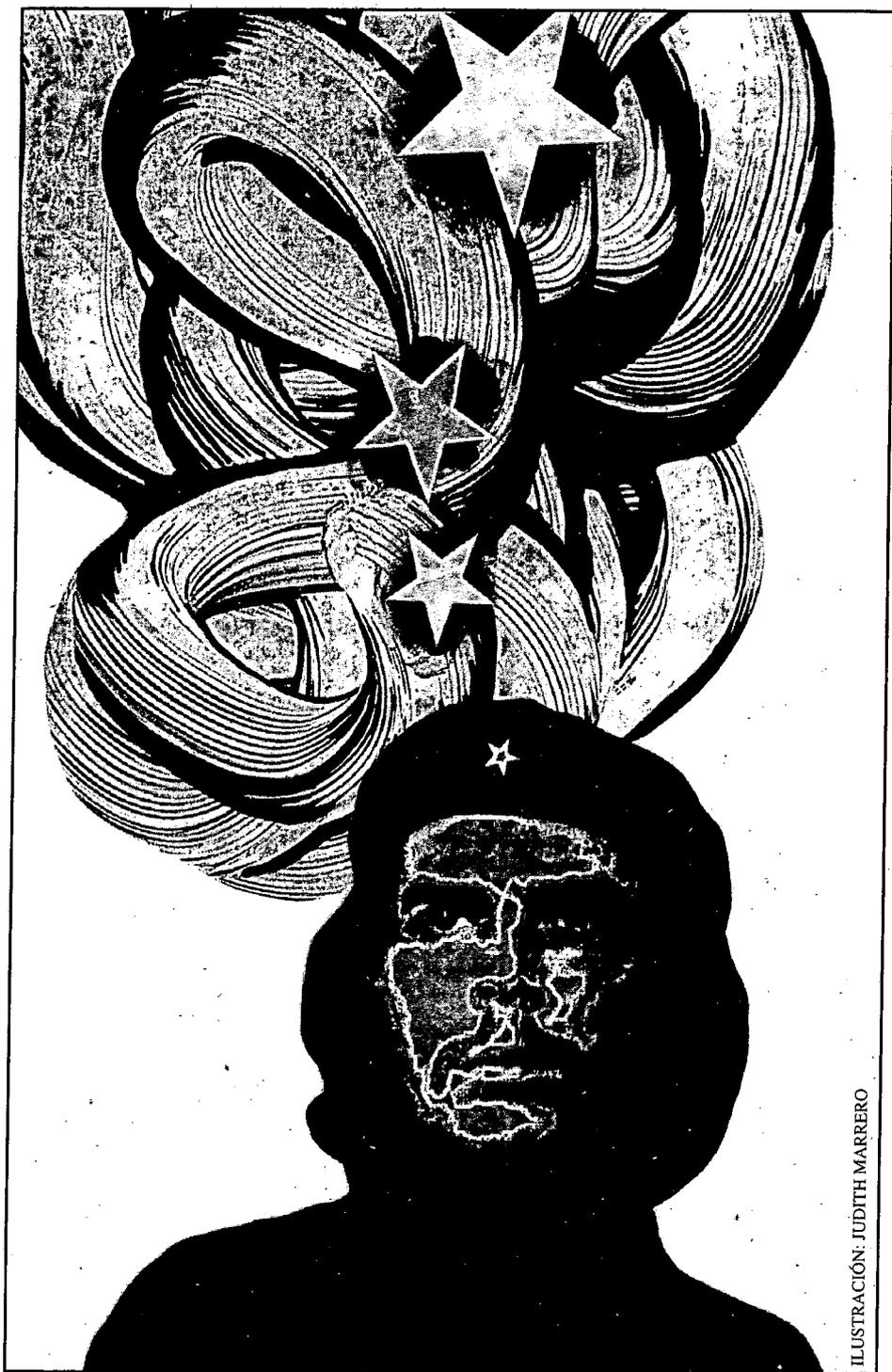


ILUSTRACIÓN: JUDITH MARRERO

y sociales de la existencia en EE.UU. y la construcción del Che, después de tres décadas de hostilidades hacia Cuba, y la revolución que el Che apoyó; en este contexto, este proyecto ofrece una comprensión del discurso de la prensa como productor de estas realidades, y la relación específica con el lector de este discurso, por ejemplo, como consumidor, burgués, o (norte)americano. Aunque el discurso carece de connotaciones esenciales de clase, significados sin discurso, sin embargo, están connotativamente ligados a los diferentes intereses de clase, haciendo explícito el nexo con la hegemonía como un concepto central. Ernesto Laclau (1977, 161) sugiere que una "clase es hegemónica no sólo por su capacidad para imponer su concepción uniforme del mundo sobre el resto de la sociedad, sino por su capacidad para articular diferentes visiones del mundo, en una manera que su antagonista potencial es neutralizado".

La figura de Ernesto Che Guevara está muy ligada a la posición del gobierno norteamericano *vis-à-vis* a Cuba, la amenaza del comunismo en el hemisferio, y a varios intentos en los últimos treinta años para controlar la diseminación de las reformas democráticas en otras partes de América Latina. De hecho, el final de los años cincuenta estuvo caracterizado por el derrocamiento de diferentes dictadores latinoamericanos, además de Fulgencio Batista Zaldívar en Cuba (1959), incluidos Juan Perón en Argentina (1955), Manuel Odría en Perú (1956), Gustavo Rojas Pinilla en Colombia (1957), y Marcos Pérez Jiménez en Venezuela (1958). El antagonismo específico -si no abierta hostilidad hacia Cuba- es el resultado de diferencias históricas en las cuales prolongadas incomprensiones y desconfianzas -intensificadas por más recientes diferencias ideológicas y las condiciones de la Guerra Fría -se combinaron en una red de amenazas y contra-amenazas reales e imaginadas.

La construcción del Che como archienemigo de los intereses (norte)americanos en el hemisferio a finales de los sesenta, coincide con los ataques oficiales sobre Cuba, y su involucramiento en las políticas de democratización dondequiera con el fin de erradicar el subdesarrollo social y económico, como el analfabetismo, enfermedad, y pobreza, pero también el neocolonialismo -como cadena de ciudadanía de tercera clase en el mundo. Por ejemplo, *Memoria del Subdesarrollo*, un film de la post-revolución realizado por Tomás

Gutiérrez Alea, se refiere a estos tópicos efectivamente. Como consecuencia, el "fatalismo geográfico", el cual había caracterizado mucho de la antigua actitud de Cuba hacia los Estados Unidos, fue reemplazado con resolución por la insistencia de Castro (y del Che) para una total independencia de los intereses (norte)americanos. En búsqueda del "nuevo hombre -y mujer- cubano", Castro se volvió cada vez más dependiente de la Unión Soviética para la defensa y la economía cubana, áreas en las cuales las relaciones con EE.UU. estaban francamente deterioradas.

Desde entonces, Cuba y Estados Unidos han estado involucrados en una carrera competitiva por ejercer influencia social y política en América Latina, incluso desde el tour a través de América Latina realizado por el Presidente Dwight D. Eisenhower a comienzos de los sesenta, seguido de los dos viajes realizados por el Presidente John F. Kennedy, y los intentos de promover el interés de la prensa de EE.UU. en los asuntos latinoamericanos. Por el otro lado, los líderes cubanos frecuentemente viajan a la región, invitan a cientos de estudiantes y expertos a estudiar en Cuba, y estimulan la programación de onda corta de la internacional Radio Habana, y las actividades de Prensa Latina, y su servicio de noticias internacionales. Aislado económica y políticamente de Estados Unidos, Castro -con la ayuda del Che Guevara- continuó por el camino del socialismo. La crisis de los misiles cubanos de Octubre 1962 -una consecuencia histórica del incidente de la Bahía de Cochinos- catapultó a este conflicto regional dentro del escenario de las políticas de las superpotencias en confrontación. Cuba se identificó inexplicablemente, desde entonces, a las metas de la Unión Soviética de diseminar el comunismo, reafirmando así, las políticas de EE.UU. por derrocar al comunismo en Cuba. Treinta años más tarde, la revolución social en Cuba aún permanece, así como también las actitudes hostiles de EE.UU. hacia Cuba, a pesar de presiones externas y algunas internas para levantar el embargo y normalizar las relaciones con el gobierno de Castro.

En este contexto, la prensa de EE.UU. se centra en Cuba como una fuente de noticias que prometen controversia, conflicto, y aún guerra. Esta responde a la manera como los asuntos extranjeros son cubiertos por la prensa, que reflejan no sólo el nivel percibido de interés entre los

lectores, sino también la pesada desviación hacia los intereses políticos en el extranjero de EE.UU. en la región. El resultado es la formación del mundo incluida una comprensión de la significación de los eventos internacionales y de sus consecuencias para EE.UU. -por las organizaciones periodísticas en EE.UU. las cuales tienen un riesgo ideológico en la construcción del mundo (Hardt, 1988). En el caso de Cuba, el interés de la prensa refleja el compromiso creciente del gobierno de EE.UU. en el destino de Cuba, desde la fase políticamente ambigua de la lucha de Castro en contra del régimen de Batista, y los años post-revolucionarios cuando la alianza de Cuba con el comunismo, aumentó las posibilidades de un conflicto abierto con EE.UU. Los periodistas (norte)americanos, por su parte, han reportado regularmente acerca del progreso de la revolución y han construido una imagen de Cuba que apoya la campaña oficial anticomunista. El resultado de esta representación mediática sobre Cuba prepara a los lectores para el colapso de una revolución, a la cual sólo se le permite fracasar, para así apoyar los intereses de EE.UU. en la región.

Por ello, la cobertura en 1967 de la muerte del Che Guevara estaba ideológicamente conectada a las actividades del gobierno de Castro -incluido el éxito de la lucha revolucionaria en Cuba- y la concentración de las noticias, en la cobertura de 1997 sobre el retorno del Che a Cuba, se convirtió en el marco de la construcción del Che como una estrella *pop*, y del mercadeo global de su imagen. Como resultado, la cobertura de la prensa cambió de una cobertura de noticias directas -las cuales fueron mínimas en EE.UU.- hacia consideraciones sobre el tratamiento en varios libros sobre el Che Guevara, como punto de partida de varios artículos que reexaminaban y deconstruían la imagen política del Che. El interés de la prensa en Che Guevara estaba concentrado en las páginas de opinión de los periódicos o revistas, donde la batalla era menos contra Cuba, que contra los efectos del Che como un símbolo exitoso de la lucha política radical. De hecho, el reconocimiento de su carrera política estaba sumergida, sino omitida, en el énfasis sobre su *pop status*. Por ejemplo, la revista *W* reportaba casualmente, "*Le Chic Communiste*". Más sobre Jerry Lewis. El nuevo icono francés es el héroe comunista Che Guevara. El 30° aniversario de la muerte del Che ha suscitado una ava-

lanchar de propaganda, incluyendo incontables artículos en periódicos y revistas, especiales por televisión, biografías, afiches, camisetas, y aún un *show* en Jean Gaultier en octubre. Y ahora el líder latinoamericano tiene su propio álbum. Este otoño será lanzado "*El Che Vive!*", una compilación de canciones alrededor del mundo dedicadas a este brillante rebelde" (diciembre 1997). Esta exitosa caracterización remueve al Che Guevara (y al comunismo) de un rol histórico específico, y reproduce un fenómeno de la cultura popular; también confirma a lo cultural -permeado por la lucha continua con el socialismo- como marco dominante en el cual la imagen del Che se transforma en un espectáculo de los medios.

Sin embargo, hay una auténtica existencia del Che Guevara, que necesita ser revelada en toda la complejidad de su vida y su contribución a la vida política de América Latina, para ser apreciada por la cobertura de los medios en EE.UU. Muchos de los biógrafos y estudiosos de Che Guevara están de acuerdo en afirmar que la coherencia entre palabras y hechos es lo principal en su vida revolucionaria, la cual puede evidenciarse en la histórica relevancia de Guevara y su atracción como una gran figura política (Anderson, 1997, 567; Lowy, 1973, 8-9; Pérez-Galdós 1988, vii-xi).¹ Estos biógrafos, sin embargo, frecuentemente desestiman su pensamiento político, concentrándose en su acción revolucionaria; pero como Castro (1989, 39-40, 5) arguye, es necesario "ir más allá de la imagen que mucha gente tiene del Che como un hombre bravo, heroico, puro" para descubrir las fundaciones teóricas de su acción política.

Resumiendo las principales ideas de Che Guevara sobre la formación social en América Latina y la dominación imperialista, su comprensión del cambio social, y la base filosófica de su proyecto revolucionario, la idea del nuevo hombre (y mujer) como el fin último en la construcción del socialismo, los autores reconocen que la discusión del Che como intelectual y político provee el fundamento histórico (y biográfico) para entender la representación del Che en la prensa de EE.UU. en 1967 y 1997²; la discusión también provee la base para una conceptualización de la cultura como un nuevo campo de batalla para el cambio social y político.

El pensamiento de Guevara es el resultado de su experiencia de primera mano de las condiciones sociales de América Latina, y las claves progresivas para

entender esta realidad a través de una especie de marxismo, que ha sido descrito como "al mismo tiempo ortodoxo y fuertemente antidogmático" (Lowy 1973, 9, 11). Mientras viajaba por América Latina, Guevara experimentó la pobreza y la opresión, y fue impresionado por las paupérrimas condiciones de vivienda y trabajo de los pobres campesinos y las clases trabajadoras urbanas. Él conoció a los condenados a la tierra, de quienes, debido a su pobreza, a las divisiones sociales y étnicas, y al descuido social y gubernamental, "no tenían ningún futuro" (citado en Anderson, 1997, 76, 183).

Siguiendo a la revolución cubana, Guevara observó en otros países latinoamericanos similares estructuras sociales caracterizadas por el subdesarrollo basadas en las condiciones históricas del latifundismo y aliado al capitalismo monopolístico después de 1945. Aunque "subdesarrollo" era un eufemismo para Guevara, él usaba el término de "economía monstruosamente distorsionada" para referirse a América Latina (Guevara 1967b, 30-3), en el cual la industria subdesarrollada complementaba al régimen agrario feudal (1967d, 76).

El subdesarrollo complementaba a las economías metropolitanas y servía a sus necesidades. A semejanza de la propuesta teórica de Andre Gunter Frank (1969) -popular entre algunos sociólogos metropolitanos y del Tercer Mundo- el argumento del Che sugería que "desde que los monopolios capitalistas habían tomado el mundo, ellos habían mantenido a la mayor parte de la humanidad en pobreza, dividiendo la tierra entre las naciones más poderosas. El standard de vida de esos países se funda en la miseria de los nuestros" (1968c, 35). Como la explotación imperialista ocurría con la ayuda de las clases dominantes locales -totalmente dependientes a las fuerzas imperialistas (Guevara 1968d, 58)- Che concluía que las inestables dictaduras oligarcas formadas por los burgueses locales y los terratenientes, gobernaban a América Latina para el beneficio exclusivo de las elites locales y los monopolios imperialistas (1967d, 78).

Durante finales de los sesenta y los setenta la sociología de la dependencia, desarrollada en América Latina, expandió el legado teórico del Che. Castañeda (1993, 71) ha notado que "éste ubica el status virtualmente neocolonial del hemisferio, la naturaleza disfuncional del capitalismo en la región, y la consecuente

impotencia histórica para los empresarios locales, la carencia total de canales de expresión democráticos y de reforma, y la inviabilidad de alguna forma de desarrollo no-socialista".

La comprensión del Che Guevara sobre la situación política y social de América Latina estaba basada en su teoría del cambio social, la cual había construido sobre la propuesta marxista, por la cual "el mundo no debe ser sólo interpretado, sino transformado", (Guevara, 1967a, 20) y en la distinción entre condiciones objetivas (materiales) y subjetivas para el cambio social. Las primeras han existido en América Latina desde finales de los cincuenta y principios de los sesenta, y las segundas podrían ser desarrolladas a través de la insurrección. De acuerdo con el Che, la más grande contribución de la revolución cubana era el avance de las condiciones subjetivas para el cambio social, y la creación del ejemplo político y moral a ser seguido por otros. A partir de la revolución cubana, los campesinos se habían convertido en un nuevo agente histórico de cambio social (Guevara 1967c, 33; 1967d, 75). Como consecuencia, Che Guevara devolvió el papel central a los intelectuales, para ayudar a superar la falta de educación política y de conciencia social entre los campesinos y la clase trabajadora urbana. Generalizando la experiencia cubana de fuerte liderazgo y estricta disciplina, Guevara articulaba la creación de condiciones subjetivas como el llamado moral de los intelectuales, los estudiantes, los trabajadores, los campesinos conscientes de la necesidad de un cambio social radical.

En las áreas donde los desarrollistas argüían por el potencial de la burguesía nacional, y los comunistas tradicionales buscaban una alianza entre los trabajadores industriales y los sectores de clase media hacia una pacífica marcha por el socialismo (Graciarena y Franco, 1981, 212-14), Che despreciaba a la burguesía como agentes de la dominación, inadecuados para liderar las luchas anti-imperialistas (1967d, 77). Che argüía que los campesinos contenían la contradicción principal en las sociedades latinoamericanas; por ello, tenían un mayor potencial como agentes revolucionarios. Él también proponía que la clase trabajadora industrial se sumara a las luchas de liberación, las cuales debían comenzar en el campo. (1967d, 76-77).

Para Che Guevara, la revolución cubana había mostrado que el cambio era

necesario, que la lucha armada podía triunfar, que los campesinos eran la principal fuerza revolucionaria, y que -dadas las similares condiciones socio-económicas y políticas entre los países latinoamericanos- la revolución tenía un carácter continental (1967d, 80-86). El cambio social consecuente era inevitable e inminente a través de la lucha armada. En contraste con otras fuerzas políticas progresivas -pero más tradicionales- Guevara insistía que la toma del poder podría ser obtenido por "caminos cortos", en lugar de mantener alianzas con la burguesía o en pacífica coexistencia con el imperialismo. Aunque él no defendía la lucha armada como un remedio general para cualquier condición social o política (Castañeda, 1993, 329), su comprensión de la realidad política y social -la idea del cambio social potencial e inmediato y sus agentes históricos y el rol de los intelectuales radicalizados- representaba "el mayor reto teórico y práctico" (Sánchez Vázquez, 1990, 10- 11) para las propuestas comunistas tradicionales en América Latina.

Sin embargo, las contradicciones fundamentales entre la burguesía nacional (imperialismo) y los campesinos (clase trabajadora) conducían hacia una polarización creciente, y una disminución en los chances hacia un camino pacífico por el cambio social. De acuerdo con la moda leninista, Guevara entendió al imperialismo como "un sistema mundial", y "la última fase del imperialismo", y por ello, concluía que la revolución debía afectar en escala global (Guevara, 1968d, 64). La guerra de Vietnam, la lucha por la liberación nacional en África, y la lucha por el socialismo en América Latina, reflejaban la naturaleza global de la dominación imperialista. La guerra de Vietnam, en particular, era el conflicto más importante, y la solidaridad no era sólo un asunto de internacionalismo, sino la necesidad de comprender que el poderío político y militar del imperialismo diseminado en todas partes, debilitaba las capacidades operativas en América Latina y dondequiera. Che tenía la visión de la victoria vietnamita como el comienzo del fin del imperialismo, y por ello, articuló una estrategia de crear "dos, tres, muchos Vietnams" (1968a, 32; y 1968d, 59-60,67).

La violencia revolucionaria era una respuesta necesaria ante la violencia de la existente estructura social injusta y desigual. La meta estratégica de destruir

al imperialismo era la única manera para crear las condiciones "para una liberación real del pueblo" (Guevara, 1968d, 64). Para Guevara, la lucha revolucionaria era una combinación de luchar contra el imperialismo, y superar el atraso (1968c, 35). Su meta era crear una democracia radical con la participación completa de todos los individuos en el proceso social y político, y -a la inversa de los proyectos capitalistas- con una forma alternativa de desarrollo que estaría centrada en satisfacer las necesidades individuales, en lugar de buscar "mejores salarios o éxitos personales" (1967b, 38). De allí, que la tecnología (industrialización urbana y mecanización rural) ayudarían a desarrollar las condiciones materiales para crear al nuevo individuo del siglo XXI.

La idea de un nuevo hombre (y mujer) es la piedra central en la acción política, filosófica y revolucionaria de Guevara (Lowy, 1973, 28). En esto descansa la creencia que hombres y mujeres son los actores reales de la historia, que la libertad del individuo de la alienación es "la aspiración revolucionaria final y más importante" (Guevara, 1966, 9, 12, y 21); y que "la liberación no es un simple acto, sino un proceso" (Lowy, 1973, 1335), y que la construcción del socialismo descansa en la formación de este nuevo individuo, y en el desarrollo de la tecnología -en ese orden. Guevara afirmaba que el centro del individuo debería ser no sólo la lucha revolucionaria, sino la construcción de una nueva sociedad.

El individuo -el "específico hombre o mujer"- sería reconocido como el más importante recurso de esta nueva sociedad (Guevara 1968b, 9), y como parte de su sueño por una nueva humanidad. Contrario al individualismo capitalista -el cual no podía superar la expresión de Hobbes sobre el hombre como *homo homini lupus*- Che tenía la visión de un individuo en solidaridad con el resto de la sociedad, especialmente con los campesinos y la clase trabajadora. El nuevo hombre (y mujer) colaborarían con otros -fuera del deber social- para contribuir al mejoramiento de cada individuo en la sociedad (Guevara 1967b, 38), y para superar la alienación a través de su conciencia del ser como creadores de una nueva humanidad guiada por los principios de justicia, dignidad y libertad (Guevara 1968b, 17)³.

El socialismo se convertiría en una forma de "humanidad socializada", o en "una hermandad universal concreta" (Lowy, 1973, 27), en la cual el sentido de

pertenencia a una comunidad humana más solidaria superaría la alienación capitalista. Desde que el socialismo era una ruptura radical con los proyectos sociales actuales, el nuevo individuo no representaría "ni las ideas del siglo XIX, ni las ideas de nuestro decadente y mórbido siglo" (Guevara, 1968b, 17). Como consecuencia, Guevara diseñó y reforzó planes económicos para corregir las desviaciones capitalistas de otros proyectos socialistas, para facilitar el nacimiento del nuevo individuo. El también propuso (y se involucró en ello) las campañas de trabajo voluntario, para demostrar la creación del nuevo hombre (y mujer) en el Tercer Mundo. Sus ideas sobre una fraternidad universal y solidaria también guiaban su solicitud al bloque de países socialistas, por nuevas formas de relaciones internacionales basadas en la "política de fraternidad", hacia los pueblos de los países dependientes, en lugar de los criterios de intercambio comercial (Guevara 1968c, 39).

Tratando de plantar las semillas de este nuevo individuo, Ernesto Che Guevara murió en Bolivia, en octubre 1967. Sus ideas, sin embargo, continúan promoviendo muchos proyectos de cambio social en el mundo -no sólo en los países dependientes- y todavía tiene gran influencia en Cuba. Aunque muchos de los puntos claves que enmarcaron el pensamiento de Guevara no se mantienen hoy día, los problemas sociales en los cuales se basaron sus pensamientos y acciones revolucionarios todavía no han sido resueltos. Efectivamente, nuevas formas de exclusión en países capitalistas, dependientes y avanzados, (raza, género, inmigración) han sido añadidas a las exclusiones socioeconómicas y étnicas, contra las cuales luchó el Che en América Latina y África. Volviendo al pensamiento del Che Guevara es una forma de recordar que la lucha por la justicia y por una existencia más humana todavía tiene sentido.

REPORTANDO SU MUERTE: 1967

La muerte del Che Guevara en 1967 ayudó a la prensa de EE.UU. a orquestar una campaña anti-Cuba en América Latina con acusaciones en contra de Castro, una representación del Che privada de convicción social y compromiso personal, y la exclusión de teorías radicales de cambio social en América Latina.⁴

El asesinato del Che y los eventos subsiguientes estaban enmarcados en la ideología discursiva de la modernización

y la democracia política; esto guió a la prensa a centrarse en dos contenidos de significado: la violencia política y el cambio social, privilegiando los "hechos" como el discurso predominante de significado. De hecho, la violencia política se convirtió en el principal tema, en áreas donde el cambio social recibió menos atención. Por ejemplo, la presencia cubana en los movimientos revolucionarios de América Latina y los ejemplos, aspectos violentos y contradictorios del Che preocuparon a la prensa, cuya cobertura nunca consideró necesario revelar el uso de la fuerza del ejército boliviano y la presencia de los militares norteamericanos en Bolivia en términos de violencia política.

En un reportaje de *The New York Times* acerca de la presentación de una evidencia definitiva de los oficiales bolivianos sobre el liderazgo del Che en el movimiento guerrillero boliviano, se refiere al Che como "un líder de la revolución de Castro" involucrado en "subversión y terrorismo... fomentado por el régimen comunista del Premier Cubano Fidel Castro", o como parte de la "infiltración del Castro-comunismo" (Sept. 23, 1967, 1 y 12). *The Des Moines Register* llamó al Che un "reputado maestro de las guerrillas comunistas en América Latina", y lo describe como un "revolucionario evasivo", un hombre cuyas actividades revolucionarias eran el resultado de sus múltiples contradicciones. Nacido en una familia argentina de clase media, él peleaba contra el imperialismo norteamericano, aunque él era un "fumador de cigarrillos", que vestía una corbata, "una prenda de vestir burgués que él desdeñó cuando él era la mano derecha de Fidel Castro en Cuba" (Oct. 10, 1967, 5).

The Des Moines Register caracteriza al Che como el "mentor filosófico y militar de los hermanos Castro en los días de la guerrilla en la Sierra Maestra de Cuba", y lo describe como poseedor del efecto de "jóvenes izquierdistas que estaban cansados de las disputas ideológicas que estaban fracturando al comunismo, y estaban ansiosos de acción". El periódico relata su famosa referencia acerca de "dos, tres Vietnams" floreciendo en la superficie del mundo, y "de las selvas de Bolivia y los amplios Andes como el segundo Vietnam", y - citando el capturado diario de Braulio, el principal auxiliar del Che - llaman a la incursión guerrillera en Bolivia "una aventura" (Oct. 10, 1967, 5). *The Chicago Tribune* -citando el mismo diario- también refuerza el carácter aventu-

“

El 30° aniversario de la muerte del Che ha suscitado una avalancha de propaganda, incluyendo incontables artículos en periódicos y revistas, especiales por televisión, biografías, afiches, camisetas y aún un show en Jean Gaultier en octubre. Y ahora el líder latinoamericano tiene su propio álbum.

”

rero de la campaña del Che, pero concluye que "él creía que había fallado en fomentar una revolución comunista en Bolivia" (Oct. 12, 1967, 22). *Los Angeles Times* refuerza este reporte sobre el diario que "refleja la desilusión y amargura sobre la escasa habilidad del Che para desarrollar la revolución" (Oct. 12, 1967, 1).

De acuerdo con la prensa de EE.UU., la violencia irracional del Che estaba cimentada en el fanatismo y el odio; cuando por el contrario la convicción ideológica y económica y la opresión social en América Latina habían actuado como inspiración para su teoría radical de cambio social. *The New York Times* describe al Che como un fanático comunista de la escuela activista de La Habana-Pekín, que fue a Bolivia solamente con el propósito de "incitar una revuelta armada", y lo llaman un "archiconspirador" que odia a los Estados Unidos, "con una pasión que excede el odio de San Martín al imperio español" (Oct. 8, 1967, IV-10). Para *The Washington Post* Che se convirtió en "alguien demasiado revolucionario para Castro y sus amigos soviéticos" (Oct. 11, 1967, A24). Cuando C.L. Sulzberger, corresponsal de *The New York Times* en Buenos Aires, comparó la creencia del Che en la inevitable revolución, con la lucha del General José de San Martín por la independencia y la nacionalidad, él concluyó que estas naciones independientes no existían para Che Guevara; él pretendía que todas eran "simples títeres de EE.UU." Considerando natural que la

dominación extranjera era un fenómeno peculiar del mundo colonial -e ignorando la dependencia de América Latina hacia los Estados Unidos -Sulzberger desacreditaba la teoría del Che sobre el imperalismo, y volvía su programa revolucionario en una violencia sin sentido. (*New York Times*, Oct. 8, 1967, IV-10).

Pero fue una parte del discurso de Castro en La Habana lo que se convirtió en la prueba más irrefutable de la agresividad irracional del Che. *The New York Times* reportó que de acuerdo con Castro, "en la guerrilla, Che tenía un talón de Aquiles, y era su excesiva agresividad, su absoluto desprecio hacia el peligro. Esto era algo por lo cual era difícil llevarse bien con él". Castro también fue citado diciendo que Che "podía actuar en una manera excesivamente agresiva" (Oct. 20, 1967, 20).

The Washington Post también comentó sobre los errores políticos y militares del Che. Tratando de provocar una revolución en tierra extranjera, Che exhibió "un, desprecio poco sabio por el factor del nacionalismo, y un fatal desapego al principio de Mao que establece que las guerrillas deben operar como pez en el mar del pueblo" (Oct. 13, 1967, A24). Efectivamente, dos días antes, *The Washington Post* había concluido que debido a la obsesión del Che con la revolución continental, "él parecía ignorar algunos de los axiomas" de su propio texto sobre guerra de guerrillas (Oct. 11, 1967, A-24). *The New York Times* asegura que la campaña boliviana de Guevara ... había fallado ... en comprender las condiciones locales" (Oct. 8, 1967, IV-10).

El retrato del Che como un activista irracional está circunscrito a las discusiones sobre su fracaso como planificador y político, *Los Angeles Times* especulaba que la salida del Che de Cuba fue el resultado de las presiones soviéticas para su destitución por razones ideológicas (su cercanía a Pekín), y prácticas (la desastrosa economía cubana) (Oct. 12, 1967, 11-4). *The Des Moines Register* también lo desacredita como técnico, sugiriendo que "Guevara actuó pésimamente como director del Banco Central cubano, y como Ministro de Economía en Cuba" (Oct. 12, 1967, 6). En un modo menos directo, *The Washington Post* establece que mucha de la influencia del Che en los trabajos internos de la revolución cubana eran transitorios, como un camino hacia la industrialización "con un énfasis secundario en la agricultura" (Oct. 15, 1967, A16). *The New York Times* añadía que "él

nunca fue popular entre los cubanos” a causa de su “manera, altanera, su confianza en los extranjeros como consejeros, su horario de trabajo entre 3 pm y 6 am, y su suave confesión al gobierno cubano de sus serios errores económicos” (Sept. 23, 1967, 12). Este énfasis en las características personales del Che para explicar el surgimiento de la “violencia subversiva” en América Latina, ocultó las consideraciones sobre las condiciones socio-históricas de la región. Por ejemplo, como las condiciones estructurales en América Latina eran descritas ambiguamente, los cambios sociales parecían poder lograrse a través de las fórmulas tradicionales del desarrollo, para de este modo obtener las profundas y radicales transformaciones. De allí que, *Los Angeles Times* argumentara que el fracaso del Che no había “minimizado las necesidades de continuos esfuerzos para mejorar las vidas de las personas a través de reformas significativas” (Oct. 12, 1967, II-4), después de observar antes que la falta de igualdad y de oportunidades había hecho “que muchas áreas fuesen susceptibles de la explotación comunista” (Oct. 11, 1967, A6).

Los Angeles Times también implicaba un modelo de modernización basado en la industrialización, el urbanismo, y la evolución de un sistema político tradicional. Por ello, “Bolivia era un lugar lejano, primitivo, incluso para los parámetros que prevalecían en esta parte del mundo, y no favorable al cambio repentino de nuestro tiempo” (Oct. 19, 1967, A29). El hecho que el Che hubiese muerto en “esta primitiva” Bolivia era un giro irónico en la historia de Sur América.

Una conjetura compartida por la prensa norteamericana -aparte de la presencia del Che en Bolivia- era la infiltración cubana en la mayoría de los movimientos guerrilleros a través de América Latina. Más aún, cualquier representación del Che como una amenaza para la estabilidad de América Latina dependía no sólo de sus habilidades como guerrillero, sino de los intereses de Cuba por expandir la revolución más allá de sus fronteras. De hecho, muchas de las referencias sobre el Che, mencionan a Castro y a la revolución cubana, como por ejemplo *Los Angeles Times*, el cual sostenía que la muerte del Che “marcaba la victoria más decisiva sobre los esfuerzos del Premier Fidel Castro para exportar la revolución cubana” (Oct. 19, 1967, 29).

Sin embargo, estos argumentos no estaban basados en evidencias concretas.

Por ejemplo, cuando *Los Angeles Times* sugería en un editorial que “el fracaso de la guerra de guerrillas en América Latina desacreditaba la doctrina de Castro y Guevara”, el periódico fallaba en proveer información acerca de la presencia de personal militar cubano, de armas o dinero en Bolivia (Oct. 12, 1967, 11-4). *The New York Times* al menos ofrecía algunos hechos que reportaban el arribo de cuatro “importantes militares cubanos” en Bolivia, junto al Che, y los describían como importantes figuras dentro del gobierno cubano y el partido comunista. Un hombre llamado “Braulio” también ingresó con \$25.000 para el Che (Sept. 23, 1967, 12). Y cuando el *Washington Post* elevó el número de revolucionarios cubanos en Bolivia a “media docena” el reporte no contenía información adicional sobre contribuciones monetarias o armas (Oct. 11, 1967, A24).

Como reacción inmediata a la muerte del Che, *The Des Moines Register* celebró su fracaso en expandir al pequeño movimiento guerrillero boliviano en otro Vietnam “por la paz y el bienestar de la humanidad” (Oct. 12, 1967, 6), mientras *The New York Times* sugería que la muerte del Che ofrecía pruebas del involucramiento de Cuba en una guerra subversiva en América Latina, y ayudaba a corroer la invencibilidad de las guerrillas en América Latina (Oct. 11, 1967, 18).

El escepticismo prevaleció entre los periodistas, acerca del fin de la influencia ideológica del Che, a causa de su atractivo carismático entre muchos jóvenes izquierdistas. De acuerdo con *The Washington Post*, por ejemplo, el efecto del Che sobre un largo y creciente movimiento estudiantil de la izquierda estaba guiando a muchos jóvenes inmaduros hacia la muerte, porque ellos estaban convencidos que “la violencia será necesaria para lograr la revolución que la Alianza para el Progreso intentaba hacer en paz” (Oct. 11, 1967, A24). El periódico también notaba que la influencia carismática del Che podría volverse inefectiva si se revelaban las brechas en su vida “entre lo que él intentó hacer y lo que él realmente logró” (Oct. 15, 1967, A16). De manera similar, *Los Angeles Times* observaba el poderoso atractivo del mito del Che entre los muchos posibles insurrectos, y concluía que su teoría de la insurgencia podría permanecer como un manual para aquellos dedicados al “derrocamiento violento de los gobiernos no-comunistas” (Oct. 12, 1967, II.4).

Contraria a la violencia revolucionaria,

la violencia del ejército boliviano era presentada como una legítima respuesta a la subversión, mientras que la presencia de militares norteamericanos era justificada como necesaria para prevenir más Vietnam, y para apoyar los esfuerzos del gobierno para construir sociedades estables. *The New York Times* se basaba en los discursos de los presidentes Lyndon B. Johnson y René Barrientos, respectivamente, para proveer definiciones sobre la violencia estatal contra el Che, y la violencia revolucionaria del movimiento guerrillero.

Por ejemplo, cuando los oficiales bolivianos informaban a la O.E.A. acerca del rol del Che al comandar las actividades guerrilleras, *The New York Times* reportaba que el Presidente Johnson aconsejó a los líderes latinoamericanos, presentes en un almuerzo en la Casa Blanca, “usar la fuerza absoluta... para combatir la subversión y el sabotaje exportado... por los agentes de Castro”. Johnson igualaba estas estrategias guerrilleras con las prácticas de Ho Chi Min, reforzando las connotaciones ideológicas de la “subversión” y el “sabotaje” por un lado, y la “fuerza absoluta” por la otra (Sept. 2-3, 1967, 1).

The New York Times entonces citó al Presidente Barrientos, quien llamó a las actividades militares del Che en Bolivia, una “pequeña aventura extranjera”, diseñada para establecer un centro guerrillero en América Central. El también fue citado como diciendo que su ejército poseía “un plan que en efecto tenía el fin” de defender los planes en desarrollo de su nación en contra del “Castro Comunismo”, mientras insistía que “un país puede desarrollarse y cambiarse a sí mismo, mientras se mantienen la dignidad humana y la soberanía individual” (Sept. 23, 1967, 12). Así, el patriótico ejército boliviano tomaba para sí el cambio social, mientras que la guerrilla promovía la violencia y el caos.

El marco binario de la violencia política jamás fue cuestionado por la prensa norteamericana, aunque las circunstancias contradictorias y oscuras de la muerte del Che proveyeron de suficientes razones para realizar un estudio crítico sobre el rol del ejército boliviano. En lugar de retar la legalidad de matar a un prisionero de guerra, la evasividad del Che y la aceptación ciega de una cultura de guerra, condujo a los periodistas a centrarse en la identidad del cadáver expuesto. Como consecuencia, el ejército boliviano estableció la agenda del debate, mientras que la condena del asesinato, por parte de Roberto Guevara, el hermano del Che, por

ejemplo, no fue suficiente para inspirar cobertura fuera de las afirmaciones oficiales (ej. *Chicago Tribune*, *Los Angeles Times*, *New York Times*, *Washington Post*, *Des Moines Register*, Oct. 10-15, 1967).

Por el contrario, la prensa norteamericana, como *Chicago Tribune*, reforzó sus conceptos previos sobre la violencia política, reconociendo los fracasos del Che, y elogiando a los militares bolivianos (Oct. 11, 1967, 1), a pesar de las afirmaciones ambiguas y contradictorias del ejército boliviano. De hecho, desde la ejecución del Che, los reportes de prensa se centraron en eliminar todas las dudas sobre una confusión de identidad. *The New York Times* y *Washington Post*, sin embargo, reportaron sobre las contradictorias versiones del ejército sobre la muerte del Che, pero sólo especulando sobre la falsedad de los primeros reportes, y llamaron al evento como un "misterio" irresuelto (Oct. 12, 1967, 23; y Oct. 14, 1967, A11, respectivamente). Acusando al ejército boliviano de "ineptitud", *Washington Post* destacó la eficiencia en lugar de la política, y evitó una discusión sobre las razones políticas del crimen (Oct. 14, 1967, A11). El asesinato del Che jamás fue construido por la prensa en Estados Unidos como un asesinato político, ni tampoco discutió la prensa las consecuencias de un juicio, o de las posibilidades de una pena de muerte.

Además, la presencia militar de EE.UU. en Bolivia fue presentada por la prensa como una respuesta, en lugar de una participación en la violencia política (del ejército boliviano), y la cobertura permaneció de bajo perfil. De hecho, tal presencia -basada en la petición del gobierno- se convirtió en "asistencia", mientras que las acciones de la guerrilla fueron repetidamente llamadas como intervención extranjera, a causa de sus nexos con la revolución cubana. Inicialmente *The New York Times* reportó que "las autoridades de la seguridad boliviana habían reconocido recibir asistencia extranjera -y de acuerdo con algunos reportes, de EE.UU.- al revisar pasaportes retenidos" (Sept. 23, 1967, 12). Sin embargo, no fue sino hasta Octubre 10, 1967, cuando el involucramiento militar de EE.UU. en Bolivia fue oficialmente reconocido en una reunión en Washington. *Washington Post* reveló que "el ejército de EE.UU. había enviado un equipo de 16 hombres a Bolivia a entrenar a las fuerzas allí en contra-insurgencia", y reveló que esta información fue hecha pública "para rebatir las acusaciones que Estados Unidos habían enviado cientos

de Boinas Verdes a Bolivia" (Oct. 11, 1967, A4). Al reportar sobre el flujo de personal norteamericano, dinero, armas, y entrenamiento en América Latina permitía a la prensa hacer aparecer como natural y necesario la asistencia militar, mientras que la infiltración cubana permaneció como especulación.

De hecho, *Washington Post* reportó que estos anuncios eran hechos "cuando el Congreso estaba cortando la asistencia militar a América Latina", y justifica esta necesaria asistencia, toda vez que "América Latina amenazaba convertirse en otro Vietnam, si EE.UU. no aumentaba su asistencia militar, para permitir a las fuerzas latinoamericanas proveerse de una protección de la contra-insurgencia, mientras sus gobiernos construían una sociedad más estable" (Oct. 11, 1967, A4). En un intento para explicar la existencia contradictoria de dictadores militares en América Latina, *Los Angeles Times* notaba que de acuerdo con una afirmación oficial, "algunos soldados habían usado las fuerzas armadas para mantenerse a sí mismos como dictadores, (con el resultado que) los militares latinoamericanos habían evolucionado hacia una fina conciencia social, y hacia un astuto interés por ayudar a construir la nación" (Oct. 11, 1967, 6).

El antagonismo en las relaciones EE.UU.-Cuba entró en el vocabulario de la prensa, donde el entrenamiento para la "contra-insurgencia" -sugería una misión defensiva- enfrentaba a la "intervención extranjera" -un acto agresivo, y donde una caracterización institucional de la presencia de EE.UU.- sin un líder o conexiones identificables dentro del gobierno de EE.UU. confrontaban las descripciones personalizadas de las actividades revolucionarias (como producto de las ambiciones de Castro y Guevara).

El marco ideológico de las actividades de la guerrilla y el ejército de EE.UU. por la prensa no permanecieron completamente sin respuesta. *The Des Moines Register* publicó una carta donde llamaba a Che Guevara el "libertador de los oprimidos", y acusaba al gobierno boliviano de estar apoyado "económica y militarmente por EE.UU." (Oct. 14, 1967, 8). Otra carta en *Washington Post* defendía a Che como un "hombre raro", que peleó por una causa, y sugería irracionalidad por parte de los políticos y líderes que no pelean por el bienestar del pueblo. (Oct. 20, 1967, A20).

Además, *The New York Times* reportó

que "más de 350 admiradores" del Che se habían reunido para ofrecer un tributo en su memoria, en el cual los expositores "culparon a Estados Unidos de la responsabilidad de la muerte del Sr. Guevara en manos de los soldados bolivianos" (Oct. 27, 1967, 15). Un artículo sindicado -publicado en *Des Moines Register* y *Atlanta Constitution*- llamó a EE.UU. un promotor de los regímenes militares, y culpó a estos regímenes patrocinados por EE.UU. de no haber evolucionado exitosamente, después de la presencia de revolucionarios heroicos como el Che. "Dondequiera en el mundo subdesarrollado, en Pakistán, Corea del Sur, Vietnam del Sur, y en toda América Latina y Africa, Estados Unidos está respaldando gobiernos dominados por generales y coroneles". Al oponer la asistencia militar como un factor para promover el desarrollo y la democracia, el artículo concluye que "no está nada claro que este país haya contribuido con el desarrollo político de estas naciones 'atrasadas'" (Oct. 13, 1967, S. y Oct. 16, 1967, 4, respectivamente).

Sin embargo, tal cobertura crítica no retó seriamente las representaciones ideológicas dominantes de la información, pero -hasta cierto punto- las legitimó. En el contexto de la cobertura general estos textos oposicionales permanecen como contribuciones mínimas, ellas son cortas -excepto por un artículo- y tres de ellas representan opiniones, que no obtuvieron atención de primera página. Más aún, su publicación legitimó la cobertura de la prensa liberal después de todo, pues ésta permite a la crítica expresar sus preocupaciones y presentar la diferencia entre hechos y opiniones, objetiva y subjetivamente, otra premisa ideológica fundamental de la prensa.

Las noticias en las revistas *Look*, *Newsweek*, *Time*, y *U. S. News and World Report* compartieron las premisas básicas sobre la caracterización del Che de los periódicos. El fue visto como "un doctor en medicina que jamás trató a un paciente" (*USNWR*, Oct. 23, 1967, 20); un rebelde permanente que no sabía qué hacer consigo mismo, y como un zelote que era "sin humor, arrogante, rudo, y a veces brutal en su dedicación a su simplista versión de la historia" (*Newsweek*, 1967a, 65). Che no sólo fue un "apreciado táctico e imaginativo guerrillero" (*Newsweek*, 1967b, 64), y filósofo de la revolución, sino que él modeló su propia fracción de la guerrilla marxista, mucho más violenta que la de Mao, por ejemplo

(*Time*, Oct. 20, 1967, 26), y se convirtió en “el principal revolucionario comunista del hemisferio” (*USNWR*, Oct. 23, 20). Además, Che fue “un romántico más que un político serio”, que mostró su fracaso como Ministro de la Industria en Cuba, y en su aventura guerrillera en Bolivia. (*Time*, Oct. 20, 20, *Newsweek*, 1967a, 64).

Las revistas concuerdan que después de transformar a Cuba en un centro de actividades revolucionarias del hemisferio, aterrizando campesinos en el sur de Bolivia, y obstruyendo los esfuerzos del gobierno boliviano por el desarrollo, Che se convirtió en el mejor juego ganado por el ejército boliviano. (*USNWR*, Oct. 2-3, 1967, 20; *Newsweek*, 1967a, 64). Su muerte fue el mejor golpe contra la exportación de Castro de revoluciones a América Latina y otros países del Tercer Mundo (*USNWR*, Oct. 23, 20), y un descanso para todos los gobiernos latinoamericanos que encaraban la amenaza de una sistemática subversión (*Time*, Oct. 20, 1967, 27). Pero las noticias en las revistas también especulaban que la leyenda del “Robin Hood comunista de corazón puro” podría perseguir al mundo “en el porvenir” (*Newsweek*, 1967a, 65), no sólo porque los cubanos podían hacer de él un mártir y crear un mito (*USNWR*, Oct. 23, 10; *Look*, Dec. 12, 1967, 26), sino también porque las raíces de la revolución permanecían (*Time*, Oct. 20, 26). *Newsweek*, en particular, concluía que superar el atraso, la ineficiencia, y la corrupción en América Latina podría necesitar más que la caza y asesinato de leyendas revolucionarias (1967b, 42).

Las noticias de las revistas enmarcaban la muerte del Che como un asunto latinoamericano, donde no había involucramiento marginal del gobierno norteamericano, y la muerte (del Che) no tenía mucha importancia para los lectores norteamericanos. En contraste, con la cobertura de la prensa, estas publicaciones construyeron la muerte del Che como parte de las luchas de los gobiernos latinoamericanos en contra de la subversión sistemática; no fue visto como parte de conflictos mayores -como los intereses de EE.UU. y Vietnam al prevenir la potencial emergencia de nuevos Vietnams en el hemisferio. No había referencias al involucramiento de EE.UU. en la muerte del Che, ni al apoyo de EE.UU. para los proyectos contra-insurgentes en América Latina. Sólo *Newsweek* mencionó la ayuda de EE.UU. a Bolivia, pero sugiriendo que estaba dirigida a educación y trans-

porte y no a asistencia militar (1967b, 42). En contraste, todas las noticias de las revistas enfatizaron la exportación cubana de revoluciones y aun proveyeron cifras acerca de los gastos cubanos para promover “guerras de liberación” dondequiera. (*USNWR*, Oct. 23,20).

Además, *Time* y *Newsweek* ofrecieron razones para las revoluciones en América Latina (Oct. 20, 1967, 27; y 1967b, 41, respectivamente), pero a pesar de las referencias abstractas sobre “el atraso, ineficiencia y corrupción”, y a la experiencia directa del Che con el golpe de estado de 1954 en Guatemala, la naturaleza de la lucha anti-imperialista del Che permaneció como el resultado de su apasionado odio contra EE.UU.”, según *Newsweek* (1967a, 64). Para *Time* fue el sentimiento casi patológico del Che por causas desconocidas, junto a su “adoración emocional por el mundo comunista” (Oct. 20, 1967, 26) lo que explicaba sus actividades revolucionarias. *USNWR*, por otra parte, veía la lucha del Che como parte del conflicto hemisférico, pero no se refería ni a las condiciones sociales imperantes, ni a los esfuerzos de las élites locales de frenar cualquier cambio social substancial, ni tampoco al apoyo norteamericano a los proyectos contra-insurgentes (Oct. 23, 1967, 20).

El conocimiento de ciertas condiciones sociales que explicaban la emergencia de estas aventuras revolucionarias, se convirtió en la estrategia narrativa, y permitió a la revista *Time* retratar a los gobiernos y militares latinoamericanos como agentes de modernización, comprometidos con “traer a los campesinos al siglo XX” (Oct. 20, 1967, 27); mientras *Newsweek* concluía que las actividades revolucionarias del Che se convirtieron en un obstáculo para estas metas, y su muerte fue una oportunidad para las fuerzas dominantes de consagrar sus “enteras energías para resolver los problemas económicos” en América Latina (1967b, 41).

En contraste, con las noticias de las revistas (y periódicos), donde se presentaban las construcciones sobre el Che como un filósofo de la violencia, un zelote arrogante, un político romántico pero poco serio, un enemigo del hemisferio, revistas como *Nation*, *New Republic*, y *Ramparts* vieron al Che Guevara como el más grande revolucionario latinoamericano, desde Simón Bolívar, el mejor exponente de la guerra de guerrillas, y la figura revolucionaria más romántica de las últimas décadas (Gott. 1967, 531),

cuya muerte fabricada en EE.UU. (Ray, 1967, 37), lo elevaba como un poderoso símbolo revolucionario.

Ramparts desarrolló la imagen más positiva del Che Guevara en un artículo de 14 páginas, escrito por el periodista francés Michele Ray (1968), también proveyó el más completo contexto sobre la muerte del Che, como parte del compromiso del Pentágono en contra de permitir cualquier Vietnam en América Latina, o de crear muchos (proyectos contra-insurgentes) bolivianos. *Ramparts* también publicó la introducción de Fidel Castro (1968) al Diario del Che Guevara en Bolivia; presentaba el trabajo revolucionario del Che y su muerte en el contexto de la revolución latinoamericana y global -una dolorosa pero necesaria manera para los países latinoamericanos de superar la dependencia, y de cerrar la brecha creciente entre ellos y los países industrializados. *Ramparts* también publicó un resumen de libros dirigido a contrarrestar la apropiación, trivialización y transformación del Che en “otro héroe cultural norteamericano”, como un caballero anacrónico y romántico. (Weissman, 1968, 59). Similarmente, *Nation* también colocó las actividades revolucionarias del Che en el contexto de las condiciones sociales y políticas de América Latina (Nov. 20, 1967, 522-23), pero su principal tópico fue el Che como una figura revolucionaria que capturó la imaginación de los norteamericanos (Yglesias, 1967, 464).

Las imágenes positivas del Che como un héroe revolucionario fueron construidas en estas publicaciones, sobre la base de sus metas políticas -combinadas con sus rasgos personales- y el poder de sus adversarios. La honestidad, la disciplina, el compromiso, la calidez, e incluso su apariencia de *playboy*, junto a la naturaleza de sus metas políticas -dirigir revoluciones y construir el socialismo para superar la injusticia y la desigualdad social- formaron a un individuo que se mantuvo firme en su oposición al poderío económico, político y militar del imperialismo norteamericano, y las élites políticas y económicas aliadas en América Latina. Su imagen fue engrandecida cuando su batalla revolucionaria se movió dentro una etapa global, y la lucha en un pequeño país latinoamericano -como Bolivia- significó una lucha universal de los pueblos subdesarrollados e industrializados, donde no sólo estaban excluidos los beneficios del desarrollo, sino que eran forzados a pelear guerras neo-

coloniales e imperialistas, como la de Vietnam. La visión sobre Castro convergía con la imagen del Che como héroe, cuyas ideas, imagen, y nombre “eran la bandera de la lucha contra la injusticia de los oprimidos y explotados”. Universalizado por contener “el espíritu antiimperialista” en “la forma más pura y desinteresada”, la figura del Che se ha convertido en “el espíritu universal de la lucha revolucionaria, incluso en las metrópolis imperialistas y coloniales” (Castro, 1968, 45).

Como consecuencia, el asesinato del Che fue un “símbolo del poder de EE.UU. a través de América Latina”, y el comienzo de la vida del Che como poderoso símbolo para los pueblos necesitados de redención de la miseria y la injusticia en América Latina y dondequiera, incluyendo a los oprimidos en las metrópolis coloniales e imperialistas (Ray 1968, 32, 37).

CONSTRUYENDO SU RESURRECCIÓN: 1997

Tres décadas después de su muerte, el Che fue resucitado en Estados Unidos y el resto del mundo. El avivamiento de su imagen fue una oportunidad para algunos de celebrar su comodificación, y para otros de formular una despedida diferente a la época del Che Guevara y a las políticas de las luchas anticoloniales y las utopías revolucionarias.

Che fue remantizado y su imagen convertida en un conjunto mucho más diverso de significados políticos, artísticos, y comerciales, amenazando con empobrecer su imagen como un símbolo revolucionario, incluso como una parodia de su significado original. Aunque “el Guevara que la gente compra hoy ha sido rebajado por una era cínica” (Reuss, 1997), las representaciones del Che en los medios son mucho más diferentes que las construcciones mediáticas de su muerte hace treinta años. Un número de voces que compiten entre sí emerge de las publicaciones incluidas en este estudio.⁵ Che se ha convertido en un ícono *pop* a nivel mundial (Larmer, 1997, 38), y representa una manera de vida y de políticas que parecen extremadamente irrelevantes en la cultura y sociedad contemporáneas; para otros, Che todavía es un símbolo revolucionario muy necesitado, en un mundo donde se acrecientan las desigualdades socio-económicas y políticas, mientras declinan las anheladas utopías de justicia social e igualdad, que ahora causan cinismo.

Los artículos de periódicos y revistas

“
De acuerdo con la prensa
de EE.UU., la violencia irracional
del Che estaba cimentada
en el fanatismo y el odio, cuando
por el contrario la convicción
ideológica y económica
y la opresión social en América
Latina habían actuado como
inspiración para su teoría radical
de cambio social.
”

parecen afirmar -implícitamente, al menos que la muerte del Che “sólo engrandece su leyenda” (Larmer, 1997, 39), como un modelo revolucionario en América Latina y dondequiera, y (lo convierte) en una *pop star* cuando se aparece en sus “múltiples encarnaciones” como el mito del siglo XX, y como el mismo “Guerillero Heroico” (Franklin, 1997, 27). La imagen del Che se encuentra no solamente en cualquier parte en Cuba, sino también fácilmente en el hogar de un campesino salvadoreño -junto al crucifijo-, en películas producidas en Brasil o EE.UU., en un mural de héroes chicanos en un dormitorio latino de la Universidad de Stanford, en un recurso teatral de la película de Parker “Evita”, o en las etiquetas de las cervezas británicas. Asimismo, el periodista Brook Larmer vio al avivamiento del Che como una forma de resurrección comercial. “De repente, Che es *chic*, y su atractivo no está solamente limitado a los izquierdistas adultos”, cuando su “gentil y suave” encarnación es “usada para vender cualquier cosa”, desde música de *rock-rap*, esquis, cervezas, relojes, franelas, fotografías, libros, películas y cursos universitarios (Larmer, 1997, 38-39).

De acuerdo con Christopher Hitchens (1997, 20), el significado del Che ahora es descrito por las “versiones de *boutique*”, y ha sugerido que el atractivo del Che tiene mucho que ver con “la gracia de una muerte romántica y temprana”.

Larmer (1997, 38) añade que la seducción del Che para muchas personas en la sociedad consumista actual “aparece frente a un anhelo por los ideales puros y sin compromiso del pasado”, y por su atractivo personal, pero sobre todo, porque “treinta años han permitido que el tigre anti-imperialista se convierta en un rebelde sin garras”. De allí que, en la década de los noventa, después de la Guerra Fría, “los ideales revolucionarios de Guevara no son más una seria amenaza”.

Estos retratos han sido exitosos al cancelar el significado político y revolucionario del Che, reproduciendo una imagen que es útil para la comercialización. Su imagen ha sido reducida a una simple exhibición de vidriera del comercio internacional donde todos los significados son homogeneizados y empañados, sin importar donde es colocada la imagen del Che, o donde es celebrada -como en la Plaza de la Revolución en La Habana- o prohibida -como en el estadio de fútbol de Costa Rica.⁶ Sin embargo, existen todavía otras maneras de vaciar de significado la imagen del Che.

Por ejemplo, Hitchens (1997, 22) representa al Che como un auténtico revolucionario, “una de esas raras personas en quienes no existe brecha entre su convicción y su práctica”. Durante el comienzo de los sesenta, en Cuba él fue “rudo consigo mismo... trabajando incansablemente... (y) completamente indiferente a las posesiones”. El fue a Africa porque “él deseaba compartir el sufrimiento y las luchas de aquellos que estaban recibiendo lo más abrupto del fin de la Guerra Fría”, y luego en Bolivia, “sus últimos días demostraron totalmente que él no era un hipócrata”. Como consecuencia, el asesinato del Che tuvo un gran impacto en el mundo de la política. Aunque “nebuloso y evasivo”, Guevara tenía “una presencia real” en las luchas políticas de las décadas pasadas. Hitchens concluye que a pesar del hecho de que son “los utopistas hedonistas, en lugar de los rigurosos puritanos revolucionarios... quienes hicieron carrera” en EE.UU., la muerte del Che ayudó a inaugurar el período “caliente” de los sesenta cuando su imagen se convirtió en un símbolo de los tiempos.

Hitchens (1997, 23), sin embargo, ubica su simpatizante recuento del revolucionario, en un contexto histórico estricto y argumenta que el mundo del Che Guevara “era un sitio radicalmente diferente”. Las luchas contra el colonialismo, el neocolonialismo, los regímenes autoritarios, o la discrimi-

nación racial en Asia, África y América Latina han sido superadas, que las desigualdades políticas y económicas contra las cuales él luchó han desaparecido, o son irrelevantes, y que los calientes años sesenta en los Estados Unidos han sido reemplazados por políticas oficiales y consumismo hedonista. Desde su punto de vista, el avivamiento de la imagen del Che no es realmente una resurrección sino "una suave despedida a todo esto".⁷

Esta observación, sin embargo, es sólo parcialmente cierta -por cuanto muchos de los conflictos que inflamaron las actividades guerrilleras en el Tercer Mundo todavía persisten, a pesar de un cambio significativo en la política mundial desde finales de los sesenta- pero provee un contexto sobre otra visión del Che Guevara. Por ejemplo, Curtis Ellis (1997) descubrió que "en ninguna parte la imagen del Che es reverenciada -o es tan relevante hoy- como lo es en Cuba", e interpreta la revitalización de la imagen del Che como un intento del gobierno por "cobrarse mercadeando las viejas obsesiones del Che". De la misma manera, Brook Larmer (1997, 38) se refiere a la dificultad y ambigüedad del gobierno cubano en promover al Che como un santo, mientras abandona mucho de los principios que (el Che) "consideraba sagrados".

La cobertura de la prensa del entierro del Che en Cuba reveló estas preocupaciones, en particular. Por ejemplo, *The Chicago Tribune* reportó acerca de la triunfante procesión del Che a través de los campos cubanos hasta llegar a su tumba en Santa Clara -el histórico lugar de su batalla, que marcó el fin de la dictadura de Batista en Diciembre 1958. Pero, en contraste a sus subsecuentes desfiles victoriosos, su último viaje a Santa Clara "podría haber sido más amargo que dulce", porque la actual realidad cubana -no importa cuánto haga el gobierno para esconderla -está muy lejos de la visión revolucionaria del Che de una sociedad de personas educadas y sanas, de la propiedad colectiva de la tierra, de la industrialización, del pleno empleo, de la igualdad social, y la justicia. Por el contrario, junto a las experiencias de penalidades, desigualdad, y los problemas causados por el modelo de libre mercado, Che podría descubrir que su memoria energiza a las personas y produce un "profundo sentimiento de determinación, orgullo y esperanza" entre un gran número de cubanos,⁸ que todavía se ven a sí mismos como "peleando por los mismos ideales"

(Oct. 13, 1997, 1, 8).

La cobertura de Associated Press sobre el 30º aniversario de la muerte del Che Guevara, y del traslado de sus restos a Cuba reveló -en una forma mucho más asertiva- las prácticas del gobierno cubano por destacar la importancia histórica del Che, y su relevancia política y moral, para revitalizar su debilitado modelo socio-político. Por ejemplo, la agencia de noticias reportó que Castro colocó al Che como una figura histórica, como "un símbolo para todos los pobres del mundo", como un héroe nacional que estaba "sosteniendo y ganando más batallas que nunca". El invocó los ideales de Guevara sobre el autosacrificio socialista y sus principios sobre la solidaridad latinoamericana, y apeló a su memoria para ayudar en "la continua lucha de Cuba por revivir su economía y aliviar la presión de las sanciones económicas de EE.UU." (Internet, MSNBC International News, Oct. 1997).

La cobertura de los medios sobre el discurso oficial en el entierro del Che -algunos de los cuales fueron comentarios simpatizantes de cubanos presentes- también revelaron una lucha simbólica que envolvía las diferentes perspectivas sobre el significado del Che en la actual sociedad cubana.⁹ Por ejemplo, algunas noticias se hicieron eco de las visiones sobre las críticas cubanas al tributo gubernamental para el Che como un espectáculo (*Chicago Tribune*, Oct. 13, 1997, 8) o a la "proeza publicitaria" (*Boston Globe*, Oct. 20, 1997). Otras noticias convergieron sobre el sentimiento de ritual religioso al instalar al Che como un santo o dios dentro del discurso oficial cubano¹⁰; estas noticias citaban a los católicos que se encontraron a sí mismos "chocando (contra el gobierno) sobre otros símbolos" al tratar de oponer el discurso oficial sobre la relevancia del Che Guevara, y hacer un lugar simbólico (y político) para la visita del Papa Juan Pablo II a Cuba. Para *Boston Globe* "el Papa ofrecerá una misa a la sombra del Che Guevara" (Oct. 20, 1997).

En general, los reportes en los periódicos y revistas revelaron las visiones ambiguas y complejas sobre el Che, basadas en un gran número de voces en competencia. Al mismo tiempo, la cobertura del entierro del Che parecía el privilegiar la resurrección del Che por parte del gobierno cubano. Esto era paradójico, porque la cobertura destacaba la distancia entre las visiones utópicas del Che de una sociedad justa e igualitaria, y las duras realidades de la Cuba de hoy día

en términos de la reciente historia cubana; después de todo, la evolución de la política mundial y de las nuevas condiciones de la globalización se encara con la persistencia de crecientes y considerables desigualdades entre las sociedades industrializadas y no industrializadas. La política exterior de EE.UU. hacia Cuba nunca fue mencionada, y los reportes noticiosos se centraron en desvanecer la utopía revolucionaria en Cuba, incluso entre los viejos revolucionarios -los niños cubanos de Che Guevara.

La visión sobre el entierro del Che en 1997 en Cuba, semejaba al encuadre dominante sobre su muerte en 1967, cuando ésta fue un asunto de Bolivia -un subdesarrollado y distante país suramericano- donde el Che se había convertido en un revolucionario atrasado que no tenía donde ir. El reclamo oficial de Cuba sobre "el orgullo que sentiría el Che sobre los méritos y virtudes de la revolución, y el orgullo que sentiría por el valor y heroísmo de su gente", parecía no tener ningún sentido, y menos aún las frases de Fidel Castro que destacaban como la imagen del Che "crecía más grande mientras el mundo se marchitaba con el imperialismo, la pobreza, la cobardía y la hipocresía" (Díaz, 1997). Las palabras de Castro -de acuerdo con esta representación- sonaban más como la exclamación nostálgica de un anciano izquierdista, que como un recuento verídico de la relevancia del Che en un mundo que había cambiado desde su muerte, pero que aún contenía muchos de los conflictos y desigualdades a las cuales se había referido el Che.

Estas representaciones sugerían -de hecho- que la resurrección del Che estaba basada en la necesidad de los líderes cubanos de revivir una figura histórica y revolucionaria, porque la resurrección del Che en 1997 podría ser sólo comercial y no política, como algunas publicaciones argumentaron. Para otros -que pueden haber accedido- Che nunca fue un héroe real.

Pero fue igualmente claro que la influencia del Che Guevara había sido mayor y más profunda en la política de América Latina -pero también más frustrante y problemática- que lo sospechado. Alma Guillermoprieto (1997, 104) notaba, por ejemplo, que la joven generación -la que sólo conoció sobre el Che después de haber sido éste asesinado- se convirtió en los "hijos del Che". Ellos siguieron los *slogans* del Che Guevara ("el primer deber de un revolucionario es hacer la revolución"), o de Fidel Castro ("ser como el Che") acriticamente y murieron por

causas revolucionarias en Brasil, Chile, Argentina, Nicaragua, El Salvador, Guatemala, y dondequiera en América Latina. Como discípulos de un fanático ellos provocaron al espectro de regímenes autoritarios en el hemisferio durante los últimos treinta años con políticas subversivas y luchas armadas.

Esta visión juzgaba al Che intelectual y éticamente responsable por tales tragedias. Como mexicana, sin embargo, Guillermprieto no estaba ciega frente a las "condiciones objetivas" en América Latina que guiaron (y todavía guían) a proyectos revolucionarios y luchas armadas. Ella observaba que "quizás es verdad que en la América Latina de esos años se requería más de la auto-desilusión de un reformista moderado que de un revolucionario utópico", y concluía que "Guevara nació en los tiempos latinoamericanos del héroe", en un tiempo cuando "sólo un héroe podía responder el llamado y sólo una manera heroica de vida podía ser valorada" (*New Yorker*, Oct. 6, 1997, 106, 111).

Al igual que el fracaso de las representaciones de los medios mayoritarios sobre el Che Guevara en 1967 y 1997, el retrato de Guillermprieto sobre el Che en el *New Yorker* también carece de referencias concretas sobre la significación real de las condiciones históricas confrontadas por el pensamiento político y las acciones revolucionarias de Guevara. Al politizar los aspectos subjetivos de Guevara, Guillermprieto (*New Yorker*, Oct. 6, 1997, 111) construyó una imagen des-historizada del Che, y lo ubicó fuera de la "presente era, en la cual no hay causas perfectas, y donde los hombres como él están cada vez más fuera de lugar". Su artículo -una revisión del libro de Jon Lee Anderson *Che Guevara. A Revolutionary Life*, y el de Jorge Castañeda *Compañero* -pertenece entre otras construcciones de la imagen del Che que han sido descritas como una "suave despedida a todo esto".¹¹

Tres décadas después de su muerte, el Che Guevara ha sido resucitado en los periódicos y revistas de EE.UU. como un objeto de una mentalidad comercial la cual no puede reconocer (o apreciar) la necesidad de revitalizar sus pensamientos y acciones revolucionarias y políticas. Donde estas publicaciones reflejan estas ideas políticas -al apropiarse del legado del Che para revitalizar el modelo político de Cuba, energizar los reclamos de cambio social en América Latina, y promover la solidaridad entre los países desarro-

llados, en oposición a las negativas consecuencias de las relaciones internacionales desiguales- el discurso prevaleciente encaja con el encuadre dominante de las noticias. En otras palabras, estas publicaciones presentan visiones contradictorias -sin explícitamente calificar a ninguna de ellas- y las moldean a través de encuadres específicos que deshistorizan los pensamientos, metas políticas, y acciones revolucionarias del Che; ellas también enfatizan las cualidades subjetivas del héroe (o antihéroe) sin ninguna preocupación por la relación potencial entre los hechos reportados y la política exterior de EE.UU. hacia América Latina.

La resurrección del Che en las publicaciones de EE.UU. tienden más hacia una visión comercial (o despolitizada) que a un logro político, por cuanto la cobertura de los medios resulta de una letanía de rechazo y reproche. A causa de estas circunstancias, las representaciones de los medios sobre el Che son mucho más complejas y ambiguas en 1997 -cuando el eje de la significación fue desviado hacia el campo del comercio y la cultura- que aquellos construidos en 1967. De hecho, podría argumentarse que la resurrección del Che por los medios representa un *aftershock* de la revolución cultural de 1967, y sugieren que el dominio de la cultura podría retener la clave del cambio social.

La cobertura contemporánea de los eventos -como el entierro del Che- tiene una considerable importancia por el interés académico en el Che, el cual ha contribuido a conformar su imagen. Por ejemplo, tres nuevas biografías¹² y un buen número de revisiones de libros¹³ fueron publicados en 1997, dirigidos al público académico e intelectual.¹⁴ Ellos son parte de un cuerpo mucho más largo de trabajos sobre el Che Guevara¹⁵ que sugieren la viabilidad comercial de los esfuerzos intelectuales, para construir la significación del Che bajo diferentes condiciones políticas y culturales. Las representaciones emergentes del Che son particularmente significantes, pues ellas buscan la deconstrucción de la imagen mítica del Che. Muchos estudiosos y periodistas -identificados con las políticas de izquierda pasadas o presentes- han contribuido a la nueva imagen del Che, reforzando el interés comercial de los medios negando la validez actual de la actividad revolucionaria del Che. Sus argumentos son paralelos a la cobertura de la prensa en 1967 sobre la muerte del Che -incluyendo la condenación de sus violentas activi-

dades y sus consecuencias- sin referencias a la violencia de estado, ni a la necesidad de cambios sociales significativos en América Latina, a despecho de sus posiciones políticas específicas.

Por ejemplo, en su revisión sobre tres libros en *New York Times*, Richard Bernstein se pregunta acerca de la importancia del interés renovado en el Che y lo que representa para el Che y esta generación (Nov. 26, 1997, B2). Estas son preguntas que ocupan implícitamente, al menos, a otros articulistas, y esto es relevante, porque el debate ha reagrupado memorias sobre un revolucionario en una época en la cual, según Guillermprieto, "no existen causas perfectas" (*New Yorker*, Oct. 6, 1997, 111).

Las respuestas -por coincidencia- construyen al Che como un fenómeno de los sesenta. Esta convergencia puede explicar en parte la naturaleza biográfica de los libros, pero sobre todo el marco político del fin de la Guerra Fría que envuelve la vuelta del Che. Sin embargo, en lugar de ubicarlo en los sesenta, los analistas escudriñan la vida revolucionaria del Che con criterios políticos y teóricos que pertenecen a los noventa, construyendo no sólo una imagen incompleta del Che en los sesenta, sino también cediendo el significado político de los noventa.

El debate académico sobre el Che -apoyado en la naturaleza de la biografía, y alimentado por el interés intelectual general tanto en el individuo como en sus premisas teóricas- ha sido formado por la fascinación que ejerce su historia personal; lo último ha ayudado a reforzar el retrato negativo de los medios. Por ejemplo, Guillermprieto provee múltiples ejemplos del fanatismo del Che, de su odio y su machismo, haciendo imposible para él aguantar la ambivalencia del mundo y empujándolo a encontrar descanso en la batalla y el radicalismo (*New Yorker*, Oct. 6, 1997, 104-5, 109). De igual manera, Saul Landau lo llama arrogante y -siguiendo a Castañeda- un hombre que frecuentemente, en los últimos tiempos, cometió "errores fatales" (*Washington Post*, Oct. 19, 1997, XI); mientras que Bernstein destaca el autoritarismo y las características no-pacifistas del Che (*New York Times*, Nov. 26, 1997, B2). Tales representaciones encajan con las emitidas por Mark Falcoff, un escritor conservador, para quien el alma del Che continuaba en una "búsqueda perpetua de un cataclismo revolucionario" (*American Spectator*, June 1, 1997, Internet).

La tarea por matar el mito del Che era urgente porque -de acuerdo con Guillermo Prieto- el retrato heroico del Che "todavía satisface a un largo número de latinoamericanos que no están en posición de apoyar a sus líderes, pero que demandan a sus líderes que actúen con grandeza, y provoquen fervor y la ruptura de los estados" (*New Yorker*, Oct. 6, 1997, 111). Algunas visiones más condescendientes se muestran de acuerdo con esta posición. Philip Bennett, por ejemplo, saluda el compromiso del Che al sacrificarse por una causa, demostrando que ser un guerrillero -como ser un sacerdote- puede ser una vocación de toda una vida. El observa que después de la muerte del Che, los movimientos revolucionarios se regaron por toda América Latina, "consumiendo cientos de miles de vidas, y arrastrando a algunos de los mejores y más brillantes de una generación en un conflicto permanente con EE.UU.", y concluye que "considerando que ésta es una enfermedad sin tratamiento, Che vive, no sólo en los libros, sino también en el mundo" (*Boston Globe*, Internet, May 12, 1997).

La razón por la cual el mito del Che es irrelevante fue propuesta por Bernstein, quien sugiere que "el Che no necesita más ser un héroe o un villano, sino que puede ser visto como un emblema de un tiempo, muy claramente del pasado. El debe ser estudiado no como un mártir o un profeta, sino como un espejo distante de una generación que todavía se esfuerza en comprenderse a sí misma" (*New York Times*, Nov. 26, 1997, B2). De igual manera, Falcoff mantiene que la capacidad del Che de provocar simpatía entre los jóvenes consentidos del próspero Occidente ya ha pasado. "No es como si nada hubiese pasado en estas tres últimas décadas, para establecer de una vez y para siempre un sistema político y económico que puede producir más abundancia y libertad". Más aún, pensar en el Che carece de utilidad, por cuanto "los revolucionarios... no pueden ser juzgados sólo por sus intenciones o ideales; ellos tienen que ser evaluados en términos de sus logros. En el caso de Guevara, nosotros tenemos un ministro de industria que fue exitoso sólo produciendo pasta de dientes que se convertía en cemento una vez salía del tubo, y a un reformador agrario cuyas políticas generaron escasez de alimentos, desorden y hambre" (*American Spectator*, Jun. 1, 1997, Internet). Para Bernstein, finalmente, el desentierro del Che -no su resurrección- ha sido una oportunidad

válida para los miembros de la generación de los sesenta de evaluar su idealismo con la conciencia de su ingenuidad.

Sin embargo, el deseo de asentar algunas premisas en una era prometedora y a la vez problemática, sufre de la lógica del todo o nada que fue criticado en los postulados ideológicos del Che. Donde los recuentos de los periódicos de 1967 igualan la muerte del Che con la cancelación de "dos o tres Vietnams", los observadores contemporáneos buscan desvanecer las posibilidades de un nuevo radicalismo en América Latina. La guerra de Vietnam proveyó del marco político para informar sobre la construcción ideológica del Che en 1967. En los noventa la caída del comunismo se ha convertido en la fuerza ideológica que moldea el autoritarismo de hoy, la imagen machista del Che. En este proceso, sin embargo, los sesenta estaban enmarcados en una visión centrada en sí misma, y necesitaba lograr una completa comprensión de sus propias contradicciones a través de la desmitificación del Che. La única lección que ésta era puede proveer ha sido evitar más errores fatales.

Entretanto, la imagen del Che ha sido privada de significación política en los noventa; la mayoría de los articulistas ignoran que "el Che debe ser comprendido dentro de su contexto histórico (y que) él percibió el propósito de su vida como parte de la lucha contra el imperialismo, en el cual la pelea para romper el control de EE.UU. sobre Cuba era crucial" (Franklin, *The Nation*, May 19, 1997, 28). Omitiendo los hechos históricos sobre algunos regímenes militares en América Latina -protegidos por el gobierno de los EE.UU.- no menos sanguinarios que sus opositores revolucionarios, o que la mayoría de las personas que viven en extrema pobreza, estos articulistas ignoran el compromiso histórico del Che en contra de la pobreza y la vejación. En este sentido, las reflexiones académicas sobre el Che tienden más a inmovilizar que a estimular una nueva ola de imaginación teórica y política. América Latina persiste como una región con una necesidad de profundo cambio social, y reflexión acerca de las posibilidades de redefinir la lucha contra el hambre y la injusticia. Por el contrario, los esfuerzos académicos parecen más concentrados en eliminar las memorias y los mitos, que a extraer efectivamente el significado político del Che para los noventa.

Finalmente, el tratamiento textual del

Che Guevara en 1997 parece complementado con una escasa narrativa fotográfica que apoya y refuerza el significado del Che como figura histórica. Muchas publicaciones no hicieron uso del material fotográfico, dejando a la imaginación del viejo lector el recordar una o varias de las famosas fotografías; otras ilustran los recuentos textuales con fotografías que identifican al Che en modas sin tiempo de una cosecha de imágenes de su cara. Historia y política descansan más allá de estos encuadres, donde ellos esperan la confirmación por parte del lector anónimo. Entre éstas, está la famosa fotografía usada para representar al Che, tomada por el fotógrafo cubano Alberto Korda en una marcha política en La Habana.¹⁶ Otras imágenes muestran al Che como un joven sonriente fumando un habano y vestido de militar (por René Burri), es una fotografía casual que parece más un provocativo comercial de habanos de los noventa. Ambas imágenes sugieren un rango de representaciones -desde el militante hasta el personal- y refuerzan la compleja naturaleza del Che Guevara.

Otras publicaciones han reimpresso la ahora famosa fotografía del cuerpo del Che, producida para el mundo pocas horas después de su asesinato, donde él descansa en una losa de concreto, rodeado por algunos de sus captores. Esto revela la poderosa imagen, parecida a Cristo crucificado, que sólo podía haber fortalecido su leyenda y añadido más a su reputación entre los pobres al tiempo de su muerte. Esta particular fotografía de su cuerpo como un trofeo de guerra -que se convirtió en la imagen de un mártir- apoyó los reclamos de varios escritores sobre la percepción pública en el campesinado latinoamericano sobre la estatura moral del Che, su honestidad y su humanidad al enfrentar el desastre absoluto. Aunque la cobertura fotográfica de 1997 fue mínima, está basada en fotografías bien conocidas que recuerdan el trabajo del Che en Cuba y su muerte en Bolivia durante los sesenta. Finalmente, sin embargo, las fotografías sugerían la distancia que su imagen ha viajado en la memoria colectiva de los sesenta, mientras apelan a la conciencia histórica del lector y a la resistencia de su imagen a cambiar.

CONCLUSIONES

Al final de 1967 muchas imágenes diferentes y contradictorias del Che Guevara emergieron de la cobertura de los

medios de EE.UU. luego de su muerte. La prensa, en particular, construyó al Che casi exclusivamente como evidencia de violencia, citando su personalidad o su resolución de llevar el comunismo a América Latina. Las noticias de revistas, por otra parte, descansaron más en la revolución y las luchas anti-imperialistas en América Latina y dondequiera como una descripción de sus actividades políticas y la causa de su muerte. La opinión de los periodistas también lo describen a él como un revolucionario imaginativo, más como un romántico que como un político serio, cuya lucha anti-imperialista estaba basada en su odio patológico hacia EE.UU. y su necesidad de destrucción. En cualquier caso, la imagen del Che estaba condicionada por observaciones contradictorias, y resultó en un imperfecto ideal de amigo o enemigo, que cazaba las páginas de los medios impresos, y refleja la dificultad del periodismo norteamericano para enfrentar el involucramiento de EE.UU. en la muerte del Che Guevara.

Las representaciones del Che Guevara -ofrecidas por una variedad de medios treinta años después de su muerte- han perdido su filo político. La celebración de la ejecución de 1967 en Bolivia, y la apropiación de los medios norteamericanos del cuerpo del Che como símbolo de una causa perdida de los movimientos revolucionarios -o del comunismo- ha proporcionado una manera más diferenciada de usar su imagen. Este cambio coincide no sólo con el fin de la Guerra Fría y la caída del comunismo, sino también con un cambio en la lucha, de la confrontación militar a la guerra cultural. Más específicamente, la arena cultural constituye ahora el nuevo campo de batalla, en el cual los conflictos sociales y políticos se convierten en conflictos simbólicos, con las consecuentes significaciones. Para el descalabro del periodismo (o de la academia), por ejemplo, en la lucha hegemónica sobre el control del consumo cultural, levantando asuntos acerca de los usos del capital informacional, y los límites de la participación pública en el proceso de desplazamiento.

Sin embargo, es todavía un conflicto ideológico, en un cual la comodificación del Che juega un papel importante en la batalla sobre los territorios culturales, que mantienen la promesa de cambio social y político. Al menos, la cobertura del Che como noticia -basado en el entierro de sus restos en Cuba- provee una oportunidad para perfeccionar la incorporación del



Tres décadas después de su muerte,
el Che fue resucitado en Estados
Unidos y el resto del mundo.

El avivamiento de su imagen
fue una oportunidad para algunos
de celebrar su comodificación,
y para otros de formular
una despedida diferente a la época
del Che Guevara y a las políticas
de las luchas anticoloniales
y las utopías revolucionarias.



Che al sistema hegemónico de información y entretenimiento, bajo el control de las más importantes organizaciones de noticias internacionales. Cuando este evento coincide con el lanzamiento de estudios biográficos, discos, o la respuesta editorial a ellos, se maximiza el impacto del tópico y se refuerza su credibilidad.

En 1997, Che ha arribado seguro como un objetivo de reflexión editorial, lo cual parece concentrarse o en sus fallas políticas o militares, como resultado de errores estratégicos, y la falta de apoyo desde Cuba, o en su condición psicológica, como la raíz de su vida destructiva que le condujo inevitablemente al fracaso de su proyecto revolucionario. Las primeras consideraciones confirman (con posterioridad) la realidad histórica desde 1989 -cuando el comunismo colapsó en Europa, debido a una serie de errores políticos y económicos-, las últimas sugerencias privilegian lo personal en la cultura comercial que celebra las consecuencias finales en lugar del proceso de llegar a ser, y descuida totalmente la importancia de lo colectivo como meta social y política.

La posición del Che Guevara se ha movido significativamente en las realidades mediáticas de las políticas culturales contemporáneas. Efectivamente neutralizado por un tratamiento ahistórico de las noticias, e intelectualmente reforzado por comentarios editoriales selectivos en revi-

sión de libros, los cuales no reflejan en lo absoluto la complejidad del tratamiento de los libros completos, el significado del Che se levanta sobre una disposición ideológica que privilegia las consecuencias del individualismo. Este emerge en la re-articulación pública del Che como una respuesta al contexto político dominante, y a los valores culturales que reflejan la sensibilidad tradicional hacia las demandas del mercado. De allí que, el proceso de hacer significado está ligado a los intereses de una clase específica que provee varias articulaciones sobre el Che, en maneras que son consistentes con la concepción dominante de la historia, y el mundo contemporáneo, en el cual el potencial por la oposición política y el cambio revolucionario, es oscurecido por una estrategia de deconstrucción que efectivamente elimina la imagen de resistencia, y refuerza el status quo político por medios culturales. Como consecuencia, la representación de las políticas (revolucionarias) de cambio en América Latina -individualizadas por el Che- retiene la sugerencia de prácticas defectuosas, o ideas mal concebidas, comenzando con la imagen del archienemigo en 1967, y terminando en 1997, con la construcción del culto a una figura, cuya proximidad a James Dean o John Lennon deja de lado su rol ideológico en algunas partes de América Latina.

Más aun, hubo un pequeño, si acaso algún reconocimiento a las ideas del Che, sobre sus visiones utópicas de la nueva sociedad, o las posibilidades de un mundo mejor. Su resurrección ocurre en el recuento de sus actividades, y del último fracaso de sus planes, éste fue un evento orientado y especulado sobre el curso de su vida. En el análisis final, fue la resurrección de su cuerpo -la imagen- sin su alma ni su intelecto. Después de todo, mientras los eventos están ligados por la historia, y se reconstituyen en la memoria de los pueblos, las ideas tienen vida por sí mismas; ellas interactúan con quienes hacen las nuevas realidades sociales, y continúan dirigiéndose a los asuntos ligados a lo social, político y económico del presente. Ellas pueden incluso incitar a la acción e invitar a un nuevo cielo de pensamientos y prácticas revolucionarias. El resultado es una construcción del Che Guevara, el guerrillero, que está dirigido a asimilar las lecturas oposicionales, al enfatizar sus experiencias concretas; y también a solidificar su lugar en la guerra cultural en el lado de las fuerzas domi-

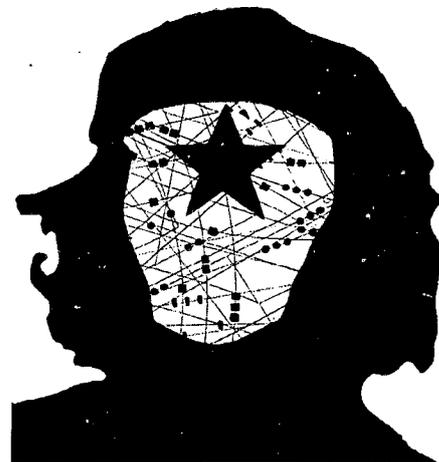


nantes. Che Guevara murió hace treinta años y descansó en paz en 1997. El Che Guevara del nuevo mundo, sin embargo, es un hombre cuyas ideas revolucionarias están ligadas a la sombra de una revolución socialista, que parece ser difícil de comprender por las olvidadizas y autosuficientes sociedades post-capitalistas de los noventa.¹⁷

BIBLIOGRAFÍA

- ANDERSON, Jon Lec. 1997. *Che Guevara. A Revolutionary Life*. New York: Grove Press.
- ASSOCIATED PRESS. 1997. *Cubans bid farewell to revolutionary legend*. Internet: MSNBC News, Oct., n.d., no page numbers.
- ATLANTA CONSTITUTION. 1967. October 16.
- BENETT, Phillip. 1997. "Finding Ernesto Guevara in the myth of Che". *Boston Globe*, May 12 (Internet).
- BERGQUIST, Laura. 1967. Cuba. *Look*. December 12, 32-44.
- BERNSTEIN, Richard. 1997. "Looking back with Cool Passion at Che's Image." *New York Times*, November 16, B2.
- CASTEÑADA, Jorge G. 1993. *Utopía unarmed - The Latin American Left After the Cold War*. New York: Vintage Books.
- CASTAÑEDA, Jorge G. 1997. The Life of Che. Transcript #9742. Common Ground, radio series on world affairs. Muscatine: Stanley Foundation, October 28.
- CASTAÑEDA, Jorge G. 1997b. *Compañero. The Life and Death of Che Guevara*. New York: Vintage Books.
- CASTRO, Fidel. 1968. A necessary Introduction (to The Bolivian Diary of Che Guevara). *Ramparts* 7 (July 27), 4-9.
- CASTRO, Fidel. 1989. Che's ideas are absolutely relevant today. In *Che Guevara: Economics and Politics in the Transition to Socialism*, by Carlos Tablada. Sidney: Pathfinder, 32-57.
- CHICAGO TRIBUNE. 1967. October 10, 11, 12, 14, 15.
- DAMAMMIO, Edgardo. 1968. We lost a battle. *Ramparts* 6 (May): 44-5.
- DEBRAY, Régis. *Revolution in the Revolution? Armed Struggle and Political Struggle in Latin America*. New York: MR Press, 1967.
- DES MOINES REGISTER. 1967. October 10, 12, 13, 14.
- DÍAZ, Zoraida. 1997. Cuba Buries Revolutionary.
- Internet: <ABCNews.com>, Oct. 17, (no page number).
- ELLIS, Curtis. 1997. On the trial of Saint Che Gevara. Internet: MSNBC Home, n.d., no page numbers.
- FAINARU, Steve. 1997a. In Cuba, pope will offer mass in Che Guevara's Shadow. *Boston Globe*, On-line: <Boston.com>, Oct. 15, no page numbers.
- FAINARU, Steve. 1997b. Free speech in Cuba? It's up for debate. *Boston Globe*, Online: <Boston.com>, Oct. 20, no page numbers.
- FRANK, Andre Gunder. 1969. *Capitalism and Underdevelopment in Latin America: Historical Studies of Chile and Brazil*. New York: Monthly Review Press.
- FRANKLIN, Jane. 1997. Guerrilla Heroica. *Nation*, May 19, 27-28.
- GOTT, Richard. 1997. Report from Bolivia. Guevara, Debray and the CIA. *Nation*, November 20, 521-531.
- GRACIARENA, Jorge and Rolando Franco. 1981. *Formaciones Sociales y Estructuras de Poder en América Latina*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- GUEVARA, Ernesto Che. 1967a (Orig. 1961). Ideology of Cuban revolution. In *Che Guevara Speaks. Selected Speeches and Writings*. New York: Merit Publishers, 18-23.
- GUEVARA, Ernesto Che. 1967b (Orig. 1961). Cuba's economic plan. In *Che Guevara Speaks. Selected Speeches and Writings*. New York: Merit Publishers, 34-46.
- GUEVARA, Ernesto Che. 1967c (Orig. 1961). Cuban exceptionalism? In *Che Guevara Speaks. Selected Speeches and Writings*. New York: Merit Publishers, 26-33.
- GUEVARA, Ernesto Che. 1967d (Orig. 1963). Guerrilla Warfare: A method. In *Che Guevara Speaks. Selected Speeches and Writings*. New York: Merit Publishers, 74-91.
- GUEVARA, Ernesto Che. 1968d (Orig. 1967). Message to the peoples of the world through the Tricontinental. In *Socialism and Man in Cuba and Other Writings*. London: Merit Stage, I 51-68.
- GUEVARA, Ernesto Che. 1968a (Orig. 1965). Socialism and Man in Cuba. In *Socialism and Man in Cuba and Other Writings*. London: Merit Stage I, 1-22.
- GUEVARA, Ernesto Che. 1968b (Orig. 1963). Speech delivered at the closing event of the Week of Solidarity with South Vietnam, December 20, 1963. In *Socialism and Man in Cuba and Other Writings*. London: Merit Stage 1, 23-32.
- GUEVARA, Ernesto Che. 1968c (Orig. 1965). Speech made at the Afro-Asian economic seminar celebrated in Algeria, in 1965. In *Socialism and Man in Cuba and Other Writings*. London: Merit Stage, I 33-47.
- GUILLERMOPRIETO, Alma. 1994. *The Heart Aat*
- *Bleeds. Latin America Now*. New York: Vinatque Books.
- GUILLERMOPRIETO, Alma. 1997. The Harsh Angel. *New Yorker*. October 6, 104-11.
- HALL, Stuart. 1980. "Encoding/Decoding." In Stuart Hall, Dorethy Hobson, A. Lowe And Paul Willis, eds. *Culture, Media, Language*. London: Hutchinson, 128-40.
- HALL, Stuart. 1981. "Notes on Deconstructing the popular". In Raphael Samuel, de. *People's History and Socialist History*. London: Routledge & Kegan Paul, 227-240.
- HALL, Stuart. 1989. "Ideology and Communication Theory." In Brenda Dervin, Larry Grossberg, B.J. O'Keefe, and Ellen Wartella, eds. *Rethinking Communication. Vol. 1, Paradigm Issues*. Newbury Park: Sage, 42-52.
- HARDT, Hanno. 1988. "Comparative Media Research: The World according to America," *Critical Studies in Mass Communication* 5 (June), 129-146.
- HITCHENS, Christopher. 1997. Goodbye to all that. *New York review of Books*. XLIV (12), July 17, 23.
- HORWITZ, Elinor Lander. 1997. In impoverished Cuba, nothing -and everthing- has changed. <Washingtonpost.com>, May 18, E01.
- KERRY, Frances. 1997. Thousands of Cubans pay respects to Che. Reuters, Internet: Yahoo News, Oct. 11, no pages numbers.
- KUMM, Bjorn. 1967. The Death of Che Guevara. *New republic*. November 11. 13-5.
- LACLAU, Ernesto. 1997. *Politics and Ideology in Marxist Theory*. London: New Left Books.
- LANDAU, Saul. 1997. "Poster Boy of the Revolution." *Washington Post*, October 19, X1.
- LARMER, Saul. 1997. Che Chic. *Newsweek*. July 21, 38-9.
- LOS ANGELES TIMES. 1967. October 11, 12, 13, 15, 19.
- LOWY, Michael. 1973. *The Marxism of Che Guevara. Philosophy, Economics and Revolutionary Warfare*. New York: Monthly Review Press.
- NATION. 1967. Death in the jungle. October 23, 390.
- NEY YORK TIMES. 1967. September 23, October 8, 10, 11, 12, 15, 20, 27.
- NEWSWEEK, 1967a. Che Guevara: The end of a revolutionary. October 23, 64-5.
- NEWSWEEK. 1967b. Bolivia, Problems in La Paz. October 30, 4-2.
- PÉREZ GALDÓS, Víctor. 1988. *Un hombre que actúa como piensa*. La Habana. Editora Política.
- RAMPARTS. 1968a. The CIA finds publisher. Volume 7 (November), 58-60.
- RAMPARTS. 1968b. Latin America: Debray's declaration to his judges. Volume 6 (March), 12-14.
- RAY, Michele. 1968. The execution of Che by the CIA. *Ramparts*. 6 (March), 23-37.
- REUSS, Alejandro. 1997. *The Che Marketing Moment*. Home page: Recent issues of D&S, Jul/Aug 1997 TOC).
- REUTERS. 1997a. Postage stamp homepage to Che? Internet, Oct. 3, 1997, no page numbers.
- REUTERS. 1997b. Cuba buries Che as nation hero. Internet, Oct. 17, 1997, no page numbers.
- ROTHER, Larry. 1997. In answer to rumors, Castro talks for 7 hours. *New York Times*. October 10, A9.
- SÁNCHEZ VÁSQUEZ, Adolfo. 1990. El marxismo en la América Latina. *Casa de las Américas* 30 (178): 3-14.
- SLATER, David. 1992. Theories of development and policies of the post-modern -Exploring a border zone. *Development and Change* 23 (3): 283-320.
- TABLADA, Carlos. 1989. *Che Guevara: Economics and Politics in the Transition to Socialism*. Sidney: Pathfinder.
- THOMPSON, Ginger. 1997. Today's Cuba far from Che's vision. *Chicago Tribune*. Oct. 13, Section 1, J and 8.
- TIME. 1967. Latin America: End of a legend. October 20, 26-7.
- U.S. NEWS AND WORLD REPORT. 1967. Guevara: New martyr... or a symbol of communist failure?

- October 23, 20.
- WASHINGTON POST. 1967. October 11, 12, 13, 14, 15, 20.
 - W MAGAZINE. 1997. La Chic Communiste. December.
 - WEISSMAN, Steve. 1968. The Prophet, Armed. Review, *Venceremos! Speeches and Writings of Che Guevara* by John Gerassi. In *Ramparts*. 7 (August 1968), 59-60.
 - YGLESIAS, José. 1967. Che Guevara: "The best way to die." *Nation*. November 6, 463-65.
- 1 Un hombre que "practica lo que predica" (Castro, 1989, 39) parafrasea la carta de despedida de Che para sus hijos, en la cual él dice "su padre ha sido un hombre que ha actuado de la misma manera como ha pensado" (Pérez Galdós, 1988, xi).
 - 2 Otros aspectos importantes de sus contribuciones teóricas fueron omitidos, por ejemplo, su visión de la economía y de la planificación en la transición hacia el socialismo, las formas de participación popular democrática en el gobierno y la política revolucionaria, y la construcción de un nuevo orden mundial. Además de los trabajos citados en esta sección, Régis Debray (1967) provee un simpático, y a veces polémico, recuento del pensamiento político del Che (y de Castro), particularmente en lo relativo a la guerra de guerrillas como una estrategia revolucionaria en América Latina; Tablada (1989) sintetiza el pensamiento económico del Che en el más extenso contexto de su aporte político y filosófico, y de su anhelo utópico. Una reciente y bien documentada biografía realizada por Castañeda (1997b), logra a la misma vez desmitificar al Che y recrearlo como una figura histórica aunque paradójica.
 - 3 David Slater (1992, 298-9) refiere una discusión del Che sobre el individuo y la sociedad como un ejemplo de las teorías totalitarias del marxismo, ajenas a la diversidad de los movimientos sociales de estos tiempos, las agendas políticas populares, y las visiones de la democracia radical. Desde otra perspectiva -pero en el mismo sentido- Anderson (1997, 636-37) puntualiza sobre la naturaleza totalitaria de la teoría del Che. Una revisión objetiva de la idea del Che sobre las necesidades individuales incluye examen cercano a las circunstancias históricas del Che y a la cultura política de la cual el Che es una expresión.
 - 4 Los periódicos incluidos en la cobertura de 1967 son: *The Atlanta Constitution*, *The Chicago Tribune*, *Los Angeles Times*, *The New York Times*, *The Washington Post* y *The Des Moines Register*.
 - 5 Esta sección incluye cuatro artículos extraídos de revistas (Franklin, 1997; Guillermoprieto, 1997; Hitchens, 1997; Larmer, 1997), además el resumen de libros de Larmer (Anderson, 1997; Castañeda, 1997), y artículos en periódicos e Internet.
 - 6 El año pasado (1997), un pequeño grupo exhibió un gran afiche del Che durante un juego de fútbol en Costa Rica. Aunque Guevara no ha sido muy influyente en la política costarricense, algunos representantes de los medios reaccionaron ferozmente, y el gerente del estadio prohibió futuras exhibiciones de imágenes del Che.
 - 7 Hitchens revisó el libro de Anderson en el *New York Review Books*. Anderson (1997, 754), sin embargo, parece sugerir otra cosa en sus conclusiones: "Dondequiera, el fantasma del Che continúa reapareciendo como un espectador de los conflictos irreconciliables que persisten desde su época".
 - 8 El sentimiento que la memoria de Guevara tiene un fuerte atractivo e "infunde un particular respeto entre muchos cubanos, aún en aquellos críticos del actual gobierno" (*Associated Press*, *Cuba Buries Revolutionary*, by Zoraida Díaz, 1997), es compartido por muchas noticias y artículos incluidos en este estudio; por ejemplo, Fainaru (1997a).
 - 9 Además del gobierno cubano, otros sectores y fuerzas políticas en América Latina también trataron de apropiarse del legado de Che. Por ejemplo, Reuters reporta (Oct. 10, 1997) acerca de Carlos Menem, el pragmático y anticomunista presidente argentino, quien hizo mención de "la propuesta altamente criticada de imprimir una estampilla honrando a Ernesto Che Guevara en el 30° aniversario de su legendaria y revolucionaria muerte..."
 - 10 De acuerdo con un historiador de la iglesia cubana, "Che es a Fidel Castro, lo que Jesús es a Juan Pablo II" (Fainaru, 1997a).
 - 11 Sin embargo, Guillermoprieto parece más interesada en presentar sus propias visiones sobre el Che, en lugar de las de Anderson y Castañeda. Realmente, ella tergiversa el libro de Anderson, el cual, para otros revisores, "proyecta una visión multifacética del Che como persona, hirviendo con ambigüedades y complejidades" (Franklin, 1997, 27), y sugiere que la imagen del Che es todavía relevante (ver nota 7 arriba). También, el Che emerge del libro de Castañeda intenta desmitificar al Che, ubicándolo en el contexto de su tiempo, sus opciones políticas, sus aspectos personales, mucho más complejo, ambiguo y humano que el presentado por Guillermoprieto. Sin embargo, al acusar al Che de las políticas de izquierda en América Latina, Guillermoprieto se hace eco de un trabajo anterior de Castañeda donde critica a Fidel Castro (pero no al Che) de exportar la revolución cubana al resto de América Latina (Castañeda, 1993; Cap. 3). Además, Guillermoprieto refleja la actitud política de muchos intelectuales latinoamericanos que luego de involucrarse en los proyectos políticos de los sesenta y los setenta, como en Chile y Argentina, terminaron acusando a las fuerzas izquierdistas no sólo de los fracasos sino también de la institucionalización de la represión y la violencia por los regímenes militares de los setenta y los ochenta. De esta manera, la represión y la violencia de los regímenes militares parece ser la natural consecuencia de las políticas revolucionarias.
 - 12 Ellas son: *Che Guevara: A revolutionary Life* por Jon Lee Anderson, New York: Grove Press; *Guevara, also known as Che* por Paco Ignacio Taibo II, New York: St. Martin's Press; y *Compañero* por Jorge Castañeda, New York: Vintage Books.
 - 13 Estas revisiones de libros son:
 - Philip Bennet. "Finding Ernesto Guevara in the Myth of Che", *Boston Globe*, Internet, May, 12, 1997.
 - Richard Bernstein. "Looking Back with cooled passions at Che's image", *The New York Times*, Nov. 26, 1997, B2.
 - Mark Falcoff. "He thinks we still care: Che Guevara: A revolutionary life", *The American Spectator*, Jun. 1, 1997, Internet. Jane Flanklin. "Guerrilla Heroica". *The Nation*. May. 19, 1997, 27-28. Alma Guillermoprieto. "The harsh angel". *The New Yorker*. Oct. 6, 1997. 104-11. Saul Landau. "Poster Boy if the revolution". *The Washington Post*. Oct. 19, 1997. X 1
 - 14 Un análisis de estas revisiones de libros provienen de una guía cultural para el consumo y la apropiación del material, por cuanto estas revisiones promocionan ventas y consumo, ofrecen códigos de interpretación, y organizan agendas para el debate. Ellas también provienen lecturas manufacturadas para individuos que no leerán estos libros, pero que se apropiarán de estos textos como argumentos válidos y contribuciones potenciales para su propia participación en contextos sociales y culturales donde se debata sobre el Che Guevara. Sin embargo, hay ciertas limitaciones en este análisis que envuelve, la naturaleza del material. Todos los materiales fueron obtenidos por Internet. Las revisiones de libros fueron publicadas en diferentes periódicos y revistas, pero no constituyen un ejemplo representativo de lo que la prensa de EE.UU. puede decir sobre estos libros.
 - 15 Los siguientes libros (en Inglés) están actualmente en lista como libros disponibles sobre el Che Guevara, y sugieren por extensión su atractivo comercial:
 - Anderson, John Lee. 1997. *Che Guevara. A Revolutionary Life*. New York: Grove Press.
 - Belsito, Frank. 1993. *The Man who fingered Che Guevara*.
 - Castañeda, Jorge. *Compañero. The Life and death of Che Guevara*. New York: Vintage Books.
 - Cooper, Marc. 1994. *Roll over Che Guevara. Travels of a radical reporter*. London: Verso.
 - Deuschmann, David. Edit. 1987. *Che Guevara and the Cuban revolution*. New York: Pathfinder.
 - Fernández-Madrid, Félix. 1997. *Che Guevara and the Incurable disease*. Pittsburgh: Dorrance.
 - Kunzle, David. 1997. *Che Guevara: Icon, Wh and Message*. Berkeley: University of California Museum.
 - Prado Salomon, Gary. 1990. *The Defeat of Che Guevara. Military response to Guerrilla Challenge in Bolivia*. (Orig. La Guerrilla Inmolada. La Campaña del Che en Bolivia. 1987). New York: Praeger.
 - Ratner, Michael. 1997. *Che Guevara and the FBI. The U.S. Political police dossier on the Latin American revolutionaty*. New York: Ocean Press.
 - Ryan, Henry Butterfield. 1997. *The fall of Che Guevara. A story of soldiers, spies and diplomats*. New York: Oxford University Press.
 - Sandison, David. 1997. *Che Guevara*. Barcelona: Ediciones B.
 - Tablada, Carlos. 1990. *Che Guevara: Economic and politics in the transition to socialism*. (Orig. Che Guevara. La economía, la política en la transición al socialismo. 1989). New York: St. Martin's Press.
 - Waters, Mary-Alice. 1992. *Che Guevara and the fight for Socialism Today*. Cuba Confronts world crisis of the 90s. New York: Pathfinder.
 - Waters, Mary-Alice. Edit. 1994. *The Bolivian Diary of Ernesto Che Guevara*. New York: Pathfinder.
 - 16 Nota de la traductora: La foto de Alberto Korda fue tomada en el homenaje póstumo para las víctimas al barco "Le Cobusier" (destruido por el sabotaje de EE.UU.) realizado en La Habana, el 5 de marzo de 1960, cuando Fidel Castro pronuncia por primera vez el lema "Patria o Muerte", tan famoso como la foto del Che, presente en dicha marcha, e inmortalizado por Korda. Sobre esta foto, Pedro Chaskel en 1981, realizó el documental de 14 minutos "Una foto recorre al mundo" que muestra en más de 60 tomas el impacto político e ideológico del Che alrededor del mundo.
 - 17 Nota de la Traductora sobre los autores:
 - Hanno Hardt: Profesor titular School of Journalism and Mass Communication and Dpt. Of Communication Studies. Univ. of Iowa (USA), y Faculty of Social Sciences, Univ. Of Ljubljana, (Slovenia). Autor de *Social Theories of the Press. Early German and American Perspectives* (Sage, 1979), y *Critical Communication Studies. Communication, History and Theory in America*. (Routledge, 1992).
 - Luis Rivera Pérez: PH.D. School of Journalism. Univ. Iowa. Profesor. Dpt. de Filosofía. Universidad Nacional. Costa Rica.
 - Jorge Calles Santillana: PH.D. School of Journalism. Univ. Iowa. Profesor Universidad de las Américas. Puebla, México.



Resumen

Gracias a los procesos de globalización la masa de información y de conocimientos que el hombre tiene sobre su mundo ha aumentado, aunque se trata de un crecimiento caótico. Las brechas y desigualdades son cada vez más notorias. Los índices de sufrimiento en las estadísticas del PNUD se corresponden, junto con su contrapartida factual, no sólo con la creciente presencia de la violencia en cierto tipo de informativos, sino también con las formas en que ésta es el material sobre el cual trabaja la industria cultural en múltiples películas y series.

Abstract

Thanks to the globalization processes it has been increased the mass of information and acknowledge the man has over this world, even if this increment has been chaotic. The breaches and inequality are more norious every time. The index of sufferance in the PNUD statistics fits, along with his factual corrective entries, not only with the presence of violence in certain type of informative programs, but also with the different forms through which this is the main material the cultural industry works with more in films and television series.

Indices de sufrimiento e industria cultural

■ **Aníbal Ford**

Los procesos de globalización, con todos sus interrogantes y contradicciones han aumentado, aunque caóticamente, la masa de información y de conocimientos que el hombre tiene sobre el mundo pero también la masa de información que la sociedad tiene, almacena, cruza sobre él, incluso sobre sus "zonas" más privadas.¹ Pero esto no es un proceso orgánico, democrático, concorde con las utopías de la modernidad. Plantea brechas, desigualdades, controles, modificaciones estructurales en zonas básicas -la familia, la educación, el trabajo, las relaciones interculturales, etc.- que provienen fundamentalmente de la reconversión económica mundial, pero que nos obliga a revisar nuestras concepciones y análisis de las formas y mediaciones a través de las cuales formamos, junto con la información que nos provee la experiencia concreta y directa, nuestra opinión pública y nuestro imaginario sobre el mundo. Es decir aquello que tiene peso en el momento de nuestras decisiones sociales.²

Si cada época se caracteriza por los problemas o desafíos que presenta no es raro que muchas veces se recurra al término agenda (del latín aquello que debe ser hecho) como nombre del listado de estos problemas o desafíos. En este sentido, como organizador, la agenda cumple un rol diferente a los diversos árboles del conocimiento, de Diderot y D'Alambert a la Enciclopedia *Encarta* de Microsoft.

No es aleatorio tampoco que su uso, proveniente de las ciencias sociales, de la economía política, o de la política internacional (por ejemplo, las agendas de los encuentros internacionales), remita en una primera instancia a los medios y la opinión pública. Aunque no sean los únicos, los medios son los constructores más visibles de la agenda.³

Pero los problemas del establecimiento de la agenda por los medios (la problemática de la *agenda setting*) tienen, más allá de sus efectos -si le indican al público qué pensar o también cómo pensarlo⁴-, una doble vertiente sobre la opinión pública y el imaginario social⁵, términos que consideramos en la actualidad fuertemente interpenetrados.⁶

Nos referimos a que, por un lado, los medios son el indicador más poderoso de los temas o problemas de una época. Por otro, a que su propia dinámica y sus contratos de lectura distorsionan lo anterior debido a los dispositivos que funcionan en el interior de los criterios de noticiabilidad, de *newsmaking*, de *gatekeeper*, etc.⁷

Por eso si pensamos en términos de agenda el listado de los problemas contemporáneos -escenario que es inevitable no construir a no ser que nuestra posición en la sociedad sea totalmente pasiva- tenemos que tener en cuenta algunos conjuntos que se intersectan con la agenda de los medios pero que presentan diferencias en los ítems de los listados o en las jerarquizaciones de éstos. Este es el caso de las agendas públicas que en sen-

tido lato podemos también denominar la agenda de la ciudadanía o de la gente o el de las agendas de instituciones internacionales como es el caso de las Naciones Unidas, las de las ONG o del llamado Tercer Sector, etc.⁸

Para decirlo más concretamente: no es lo mismo agenda del PNUD (o los índices del PNUD leídos como agenda) que la agenda de los medios nacionales o aun globales como es el caso de la CNN.⁹

Ahora bien, una cosa es razonar estos dispositivos generadores o descriptores de agenda que las formas en que la ciudadanía constituye sus agendas. Y en esto hay que señalar dos procesos.

El primero es que dada la globalización, entendiendo a esta como la presencia de procesos pero también problemas similares en diversos lugares (países, regiones, municipios, etc.) nuestra información práctica sobre el mundo, local y global a la vez, se realiza de manera muy fuerte a través de estructuras simbólicas y de los nuevos o viejos soportes de la comunicación y la información. Esto pone en la mira los diversos sistemas de mediación -del lenguaje y la enunciación a los géneros y sus rupturas como veremos más adelante.

El segundo-es que esta información nos llega, se produce y genera sentidos no solamente a través de discursos argumentativos descriptivos, informacionales, estadísticos, sino a través de un amplio sistema de discursos narrativos, performativos (teatrales o dramáticas), audiovisuales, o, lo que no es lo mismo, ficcionales¹⁰, a través de una serie de soportes que va de los medios convencionales, como la TV o el cine, a los CD-ROMS o Internet.

Difícil estudiar hoy la formación de la opinión pública tramada, como señalamos antes, con el imaginario social sin tener en cuenta un corpus que sólo focalice los discursos argumentativos/informacionales de los medios.¹¹ Al margen de que, como veremos después, al analizar los casos o la casuística,¹² estos sectores de la información están contaminados por lo narrativo ("No sacrifiques una buena historia en aras de la verdad" decía la publicidad de la película presentada en castellano con el nombre de "El periódico"), gran parte de la "información" de las agendas contemporáneas pasa por géneros que no son específicamente informativos.

Los "Índices de sufrimiento" en las estadísticas del PNUD se corresponden, junto con su contrapartida factual, no sólo con la creciente presencia de la violencia

en cierto tipo de informativos sino también con las formas en que ésta es el material sobre el cual trabaja la industria cultural en múltiples películas y series. Está claro que la violencia no es producida por

los medios o por las películas. Pero también lo es el hecho de que la representación de la violencia tiene un valor performativo en la destreza y percepción de ella o de su efecto de control social.¹³

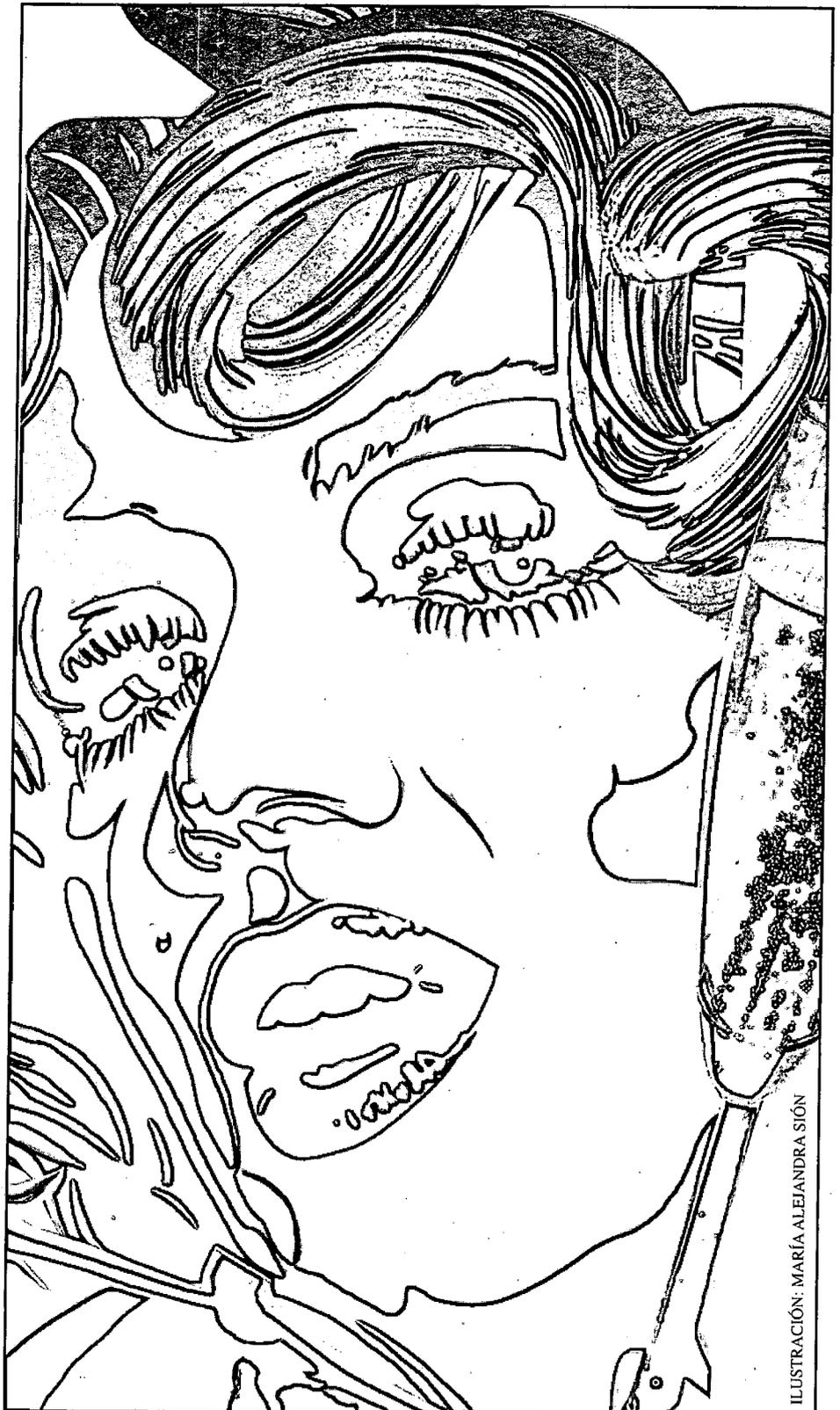


ILUSTRACIÓN: MARÍA ALEJANDRA SIÓN

Estas observaciones sobre la constitución de la agenda de problemas contemporáneos no se limitan a una visión epocal y sincrónica. Tiene también un anclaje diacrónico. Si por ejemplo tomamos las etapas de la globalización a través de Robertson¹⁴ vemos que no estamos ante una estratificación temporal. Se podría decir que las últimas tres etapas coexisten (y esto visto desde la perspectiva occidental global; otra cosa es América Latina donde la crisis acentúa la persistencia de culturas no correspondientes a la modernidad).¹⁵

Quisiera ahora dar una vuelta de tuerca sobre el tema de las mediaciones porque es fundamental para entender cómo se construyen las agendas públicas o el imaginario social.¹⁶

Violaciones, homicidios, accidentes, diferencias entre ricos y pobres, desocupación y delincuencia juvenil, delitos relacionados con las drogas, suicidios. No estamos describiendo la agenda del periodismo sensacionalista, ni la de las secciones policiales de los diarios, ni los temas de la cartelera masiva del cine o del vídeo, sino algunas de las variables que utiliza o utilizó el PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo) en su "Informe sobre Desarrollo Humano" en sus índices referidos al "Perfil del sufrimiento humano" y al "Debilitamiento de la trama social".

Esta aparición del sufrimiento o de lo trágico como dato duro, fuera del pietismo, la beneficencia, el amarillismo o las abstracciones de las "necesidades básicas" insatisfechas, marca nuestra época. A los medidores de la contaminación hubo que agregar los medidores de la crueldad.

Estos índices focalizan, fundamentalmente, el crecimiento de diversas formas de violencia y desestructuración social en los países desarrollados. En ellos aparece, en 1997, los Estados Unidos al frente de las estadísticas de homicidios, violaciones y accidentes de tránsito. También en los delitos relacionados con la droga. En el Informe del '96 Australia encabezaba este ítem junto con la mayor brecha entre riqueza y pobreza. Otros datos del '97: Japón encabeza el índice de la discriminación salarial de la mujer, España el de presos y Finlandia el de suicidios.

Los "otros sufrimientos, que junto a los anteriores, padecen los países pobres, son derivados a otros cuadros e índices del PNUD, destinados a marcar las carencias básicas de toda la humanidad y no sólo de ese 20% de los países desarrollados que

acumula la riqueza mundial. Por ejemplo, "El perfil de privación humana", que informa sobre la falta de acceso a los servicios de salud, carencia de agua potable y de saneamiento, analfabetismo, desnutrición y mortalidad infantil, etc.

Estos últimos índices son parte, salvo algún *flash* esporádico o un documental, de la agenda muda de la información internacional. Es que son los datos sobre aquellos que, de manera creciente, quedaron y van quedando afuera, o del otro lado del *New Order*. Que están del otro lado de la vidriera, mirando a veces con un televisor cada cincuenta habitantes, los lujos de la sociedad del hipercosumo y la hipertecnología. Describe el escritor e investigador Muniz Sodré en su libro *O Social Irradiado*: "Una inspección de la Secretaría de Salud en el norte de Brasil constata que en el puesto de salud local no hay alcohol, ni gasas, ni medicamentos. Pero sí hay una sofisticada antena parabólica. En medio de la miseria, de la carencia absoluta -comenta Sodré- se captan las imágenes televisivas de la prosperidad no sólo del centro-sur brasileño sino también de los centros capitalistas mundiales".¹⁷

Con todo, es importante señalar que en medio de los diversos optimismos, histéricos o maníacos, sobre la globalización, la información sobre el crecimiento de los sufrimientos humanos y sobre la descomposición de los tejidos sociales que acompañan a este proceso no se censuran ni se ocultan.

Aparecen hasta en las estadísticas del Banco Mundial. Éste, por ejemplo, calculaba, según Dowbor¹⁸, que de aquí al 2000 van a morir 10 millones de chicos por enfermedades totalmente curables en las regiones desarrolladas. Para prevenir esta tragedia silenciosa, Dowbor afirma que se debería gastar una suma de dinero equivalente a la que las compañías norteamericanas invierten anualmente para promover la venta de cigarrillos.

Pero lo que interesa es esta coincidencia entre los cuadros más críticos del PNUD, que nadie podría calificar de "amarillos", con temas y géneros que aparecen no sólo a nivel de información sino en otros campos de comunicación. Son procesadas, son carne, a veces tratada con respeto y otras de manera *light* y crapulosa, de la industria cultural, del cine, de las series y documentales televisivos, de los *talk shows* y otras formas de la televerdad¹⁹ -*trash tv* incluida- y hasta de *clips* y publicidades. Ahí nos vamos a

encontrar frecuentemente con temas como la discriminación y el racismo, los diversos tipos de violencia, el desempleo y el desamparo social, las ciudades fragmentadas, las migraciones desesperadas y otros temas críticos de la sociocultura de fin de siglo.

Los datos duros, crueles, límites han pasado a ser, y esto parece conformar una tendencia en crecimiento, materia de géneros "busca ratings" y de la publicidad de construcción de marca por impacto. Hace poco muchos argentinos fueron golpeados por la publicidad de los *jeans* de Diesel porque "metía marca" utilizando una imagen candente en la memoria argentina: la de la gran cantidad de jóvenes que fueron lanzados desde los aviones con un peso atado a sus pies. El texto, que tomamos de la revista *Colors* decía así: "No son tus primeros *jeans* pero podrían ser los últimos. Al menos dejarás un hermoso cadáver."

Este no es una caso excepcional. La utilización de los hechos más horrendos llevados a cabo por la humanidad se está haciendo común en diversos campos de la comunicación y llega hasta la moda. Hace poco más de un año, en Italia, desfilaron modelos con las ropas y el *look* de Auschwitz. Mujeres flacas, demacradas, ojeras, vestidas con las rayas horizontales y los números que caracterizaban a los uniformes de los campos de concentración.

Pero aquí tenemos que hacer una discriminación. Los índices críticos que alimentan a la industria cultural son aquellos que se refieren a los países desarrollados, que parodian sus propias miserias o momentos históricos, como sucede con la alegoría del fin de la Guerra Fría en "Rocky 4". Pero los que se refieren a los países pobres, aquellos que se denominaban en el PNUD "Índices de la privación humana" tienen un alcance más limitado. Por un lado se vuelcan en el documentalismo, incluso en el documentalismo global, serio pero muchas veces estetizante, de filmes de largometraje que han tenido amplia difusión como *Koyanishqatsi*, *Powaqqatsi* y *Baraka*. Por otro, comienzan a aparecer en ciertas publicaciones relacionadas con marcas de trascendencia internacional como es el caso de "Colors, a magazine about the rest of the world", publicado por Mondadori y patrocinado por Benetton. Un producto que oscila entre la estética cruel (y los datos no siempre reales) de la vieja serie de Mondo Cane, con algún condimento del *National Geographic Magazine* (una de



las tres revistas con mayor tirada en el mundo) y visiones de sobre "el resto del mundo". Su estrategia es dudosa. Ejemplifiquemos.

Si analizamos los índices del PNUD vemos que la India, por más que sea una potencia nuclear, se ubica en el lugar 138 en el Índice del Desarrollo Humano en relación con los 175 países que integran el Informe. La esperanza de vida es de 61 años, la tasa de alfabetización de adultos es del 51% (36% en el caso de las mujeres), el índice de saneamiento es del 29% y tiene 6 televisores cada 100 habitantes. Un país realmente pobre. Pero esta información tiene un sentido claro y estructural frente a los *flashes* de *Colors*, muchas veces cercanos al humor o a lo pintoresco. Por ejemplo, en el número dedicado a la muerte, de enero-febrero del '98, en un artículo sobre el sistema de eliminación de cadáveres se muestra a un hindú sonriente sosteniendo una gran tortuga. El texto que acompaña a esta foto informa que el agua es el elemento que descompone más rápidamente los cuerpos pero que a pesar de ello en la mayoría de los países occidentales hay estrictas leyes para evitar que se sepulten cuerpos en el agua y evitar la contaminación para después agregar: "En la India, sin embargo, la práctica es tan corriente (cada año se tiran en el Ganges unos 3000 cuerpos y 1800 toneladas de restos humanos parcialmente quemados) que el gobierno tuvo que idear un ingenioso plan de higiene. Desgraciadamente, los ribereños ya se han comido las 28820 tortugas criadas para alimentarse con la carne en descomposición". Ahí se cierra la información, fuera de todo contexto o explicación cultural.

Pero sigamos con *Colors*: el número dedicado a la gordura "Fat/Gordo" de abril-mayo del '98 se ilustra, en uno de sus artículos, con numerosos dioses gordos de la mitología hindú. Otro impacto, pero no relacionado con lo anterior. Desaparece la racionalidad del imaginario de una cultura del hambre. Los hambrientos sueñan con comida, es lógico que tengan dioses gordos. Para ejemplificar con Occidente: durante las pestes y hambrunas de la Edad Media surgió o se desarrolló el mito del país de Cucaña. ¿Qué había en este país? Montañas de queso, de embutidos y ríos de leche.²⁰ En síntesis y refiriéndonos a los sistemas de información que se están desarrollando sobre los países pobres: si aislamos estos datos de la cultura y de las causas concretas de la miseria es posible que terminemos reduciendo los hechos crueles de la humanidad en simples narraciones curiosas, absurdas, aberrantes, que más que comunicar las condiciones concretas de la pobreza coloquen al lector ante una curiosidad sólo exótica e inhumana.

El caso de Benetton, patrocinador de *Colors*, aunque más conocido por sus publicidades, ha producido fuertes discusiones y complejas o dudosas interpretaciones. Según la investigación realizada por Serra Tinic²¹ en la Universidad Estatal de Pensilvania, la estrategia publicitaria de Benetton consiste en presentar problemáticas sociales para vender sus productos, reconceptualizando el rol de la publicidad como si fuera un foro político. Los temas o problemas globales que están presentes en las publicidades gráficas de Benetton son, según el *site* de esta empresa en Internet: el SIDA y el sexo se-

guro; las culturas y formas de vida; el humanitarismo; la paz y la guerra; la raza y la realidad. Para la ensayista francesa Céline Bridet²², las publicidades de Benetton presentan imágenes reales específicas y las convierten en globales y ejemplares. De este modo, según Bridet, la firma italiana rompe con la tradición publicitaria que muestra un mundo ideal, cuyos temas son la belleza, la juventud y el lujo, e incluye la imagen documental, que tiene por función informar, mostrar la realidad del mundo. Pero esta función, al igual que en el caso de los *jeans* Diesel, no es tan clara ni ha sido demostrada. Si por un lado son parte de una estrategia global de las firmas, que tienen la necesidad de unificar los distintos mercados en los que se venden estos productos, como lo señala la misma firma Benetton, no parecen llevar a la opinión pública o al imaginario social hacia rumbos que modifiquen o corrijan los males que se presentan. A pesar de que surjan protestas y juicios ante estas estéticas del horror o de lo grotesco estas crecen y parecen no tener límites y están emparentadas no sólo con muestras insólitas de la privacidad sino con estrategias de los *talk show* o de la *trash tv* que pueden mostrar desde una operación transexual a una madre soltera que entierra a su hijo vivo.

Cuando esto se extiende hacia los países pobres, al "resto del mundo", terminan transformando sus culturas en caricaturas exóticas. Como un macondismo del horror. O una parodia de los datos más duros del PNUD. O lo que es peor: su comercialización. Entonces estos datos duros sobre las injusticias globales se transforman en carne del infoentretenimiento.

Señalo esto porque el tema de las agendas globales plantea no solamente los problemas de su clasificación, elección y jerarquización (con sus consiguientes conflictos, en la medida que la lucha entre clasificación de Durkheim a Bourdieu es una lucha por el poder) el peso de las mediaciones que atraviesan el contacto de la ciudadanía con los problemas globales. Está claro que una cosa es el hambre y otra el discurso sobre el hambre pero es también cierto que no toda nuestra acción social se mueve a partir ni de lo específicamente informativo o experiencial ni de sus mediaciones específicas, sino que son cada vez más penetrados por otro tipo de discursos como se ve en la problemática del infoentretenimiento.

Esto implica desde el punto de vista metodológico y teórico criterios especia-

les que tengan en cuenta que la autonomía de prácticas y discursos que definió la modernidad está en crisis. Pero esto no implica la inexistencia de macro-relatos ni de nuevas series que articulan la cultura contemporánea como el caso del infoentrenimiento o de la fusión entre comercialización, audiencias, salud y seguridad en los dispositivos de la sociedad del control y la vigilancia y sus megaarchivos. Series que también son ítems de la agenda global como lo es el de la creciente brecha infocomunicacional que ha retomado y ampliado las viejas reivindicaciones del NOMIC (Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación).

ANEXOS

1. La violencia en la pantalla

El tema de la violencia en los medios preocupa obsesivamente a los países del norte aunque más por sus posibles efectos que por sus causas o por las razones económicas que explican su existencia fuera de los medios. Las investigaciones indagan formas y tipos de violencia, contextos, posibles efectos. También el resultado, pobre por cierto, de los mensajes antiviolentos. En los efectos, por ejemplo, identifican tres formas primarias de efectos negativos: aprender actitudes y comportamientos agresivos; volverse insensible a la violencia real del mundo y desarrollar el miedo a ser víctima de la violencia.

Pero lo cierto es que la violencia, proveniente de la estructura de la sociedad contemporánea y no sólo de los medios, ocupa un lugar destacado en la programación televisiva. En el caso de los Estados Unidos, un 18% en las cadenas públicas o estatales; el 44% en las cadenas comerciales y llega al 85% en los canales de cable. Frente a esto, sólo el 4% de los programas violentos tienen un fuerte contenido antiviolencia y únicamente el 13% presentan alguna alternativa o muestran como puede ser evitada (Mediascope National Television Violence Study, febrero de 1996).

La pregunta es si estas discusiones sobre la violencia en los medios, sobre la censura tanto en la TV como en Internet, no es una discusión con pies de barro. Porque no son la TV ni el cine las causas primeras de esta cruel y despiadada aldea global en la que hoy habitamos.

2. La sociedad rompe las agendas

El impacto de nuevas problemáticas socioculturales en los medios es uno de



En síntesis y refiriéndonos a los sistemas de información que se están desarrollando sobre los países pobres: si aislamos estos datos de la cultura y de las causas concretas de la miseria es posible que terminemos reduciendo los hechos crueles de la humanidad en simples narraciones curiosas, absurdas, aberrantes, que más que comunicar las condiciones concretas de la pobreza coloquen al lector ante una curiosidad sólo exótica e inhumana.



los temas más importantes en el estudio de sus transformaciones. Cambian las agendas e ingresan nuevos temas. Y esto no proviene sólo de las estrategias de la industria cultural. Temas como el acoso sexual o la violencia suburbana partieron de propuestas marginales o *underground*.

Pero tal vez uno de los procesos más notables de cómo la realidad se introduce en la industria sea el film “Haz lo correcto” (“Do the right thing”). Más allá de las discusiones que ocasionó, de sus excesos en definir las identidades más cultural que socialmente, de ese dudoso cruce de Luther King y Malcolm X, Spike Lee puso en escena los dramas de la “negritud”, del interculturalismo y las migraciones pobres en los barrios marginales.

Realizada independientemente, la película costó 6.5 millones de dólares y rindió 25 millones. Lo mismo sucedió con otros films, de Spike Lee.

El dinero que recaudaron estos films, realizados con presupuestos relativamente bajos, persuadieron al *establishment* monetario de *Hollywood*, nada proclive a tratar estos temas, de que Lee y otros jóvenes directores negros eran rentables, y esto generó el renacimiento del cine negro. Pero también, y en varios casos la trans-

formación de un índice básico de sufrimiento o violencia en una *commodity*. Los finales felices de muchos de los films, aún fuertes, de esta corriente, -como es el caso de “South Central”, se parece más a la retórica tradicional y edulcorada del *Hollywood* de los 40, que a la ruda realidad actual ante la que nos enfrentan las estadísticas del PNUD.

3. Benetton contrataca

Benetton fue acusada de cinismo por presentar en sus publicidades temas sociales (como un enfermo muriéndose de SIDA, la emigración forzada y las catástrofes naturales). Esto produjo controversias en distintos países como Alemania, España, Estados Unidos y Francia, donde varias de las publicidades fueron prohibidas. Pero también obtuvieron reconocimientos y premios oficiales: en 1991 ganó el premio a la mejor campaña en el European Art Director's Club y en el International Center of Photography of Houston, y sus imágenes fueron exhibidas en museos de todo el mundo.

En medio de esto Benetton ha desarrollado su teoría, explicada por su fotógrafo, Oliverio Toscani en www.benetton.com: “La publicidad es la más rica y poderosa forma de comunicación en el mundo. Necesitamos tener imágenes que le hagan a la gente pensar y discutir. Las agencias de publicidad crean una falsa realidad y quieren que la gente la crea. Nosotros mostramos la realidad y somos criticados por eso.” Y señala que “Las cosas nuevas siempre generan polémicas. Lo que ‘shoqueaba’ hace tres años es aceptado hoy”.

NOTA DEL AUTOR

Han colaborado en este trabajo Carolina Vinelli y Silvana Contreras, miembros de los equipos que dirige Ford (forma@overnet.com.ar) en la Facultad de Ciencias Sociales (Universidad de Buenos Aires) y en el Instituto Gino Germani. Algunos aspectos de esta ponencia son parte de un libro en curso de publicación en la Editorial Norma: Aníbal Ford. *La Marca de la Bestia. Identificación, desigualdades e infoentrenimiento en la sociedad contemporánea*.

CITAS

- 1 Cfr. Ford, Aníbal: “Del show de la privacidad al seguimiento y control de identidades”. En *Diálogos*. Lima, N° 48, octubre 1997.
- 2 Si bien la globalización continúa procesos anteriores a 1960 (cfr. White, Brian, Little, Richard and Smith, Michael: “Issues in world Politics”. En *Issues in world Politics*. London: Macmillan, 1997), su impacto sobre la sociedad y sobre las disciplinas que la estudian es muy fuerte (cfr. Ianni, Octavio: “Sociología y globalización”. En *Revista de Ciencias Sociales* (Uni-

versidad Nacional de Quilmes), abril de 1998.

- 3 No vamos a tratar aquí un tema en discusión: el rol de la televisión o de la gráfica en la construcción de la agenda.
- 4 Para un mayor desarrollo, ver Stella Martini y Jorge Gobbi: "Agendas públicas y agendas periodísticas". Buenos Aires: *Cuaderno 51*, Documento de la Cátedra Teoría y Práctica de la Comunicación II, Facultad de Ciencias Sociales, UBA. Titular: Prof. Aníbal Ford, 1998.
- 5 Ver Stella Martini (con colaboración de Gerardo Halpern): "Imaginario Sociales". Buenos Aires: *Cuaderno 51*, Documento de la Cátedra Teoría y Práctica de la Comunicación II, Facultad de Ciencias Sociales, UBA. Titular: Prof. Aníbal Ford, 1998.
- 6 Estas son las conclusiones a que nos llevó un estudio sobre el crecimiento de la casuística en los medios. Ford, Aníbal, Longo, Fernanda: "La exasperación del caso. Algunos problemas que plantea el creciente proceso de narrativización de la información de interés público". Una versión abreviada fue publicada en Verón, Eliseo y Escudero, Lucrecia (comp.): *Telenovela, ficción popular y mutaciones culturales*. Buenos Aires: Gedisa, 1997.
- 7 No todos los problemas estructurales son "noticiables". Sobre esto la bibliografía es abundante. Consultar, por ejemplo, Ford, Aníbal y Martini, Stella: "Acontecimiento, Noticia, Agenda". En: *Cuaderno 18*, Documento de la Cátedra Teorías del Periodismo, Facultad de Ciencias Sociales, UBA. Titular Prof. Aníbal Ford, 1998. También, Wolf, Mauro, *La investigación de la comunicación de masas. Críticas y perspectivas*. Barcelona: Paidós, 1991. (*Teorie delle comunicazioni di massa*. Milán: Bompiani, 1985).
- 8 En el caso de la UN nos referimos a listados de problemas generales como en el caso del PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo) que publica anualmente el *Informe sobre Desarrollo Humano*, Madrid: Mundi Prensa. En el caso del Tercer Sector, el crecimiento de éste -que hace que hasta se lo considere base de un nuevo contrato social (ver Rifkin, Jeremy. *El fin del trabajo*. Buenos Aires: Paidós, 1996.)- señala una tematización que bien puede ser considerada agenda. Por ejemplo, en Argentina, las ONG privilegian los siguientes temas: educación, mujer, salud, organización barrial, empleo-ingresos, juventud, medio ambiente-ecología, niñez, desarrollo rural, vivienda. Tomado de Elba Luna/GADIS: *Confines sociales*. Buenos Aires: Edilab editora, septiembre 1997. Por otra parte, están las agendas de sectores como la política (ver White, op.cit.), la economía (cfr. Sklair, Leslie: "Classifying the global system". En: Sreberny-Mohammadi, Winseck, Mc. Kenna, Boyd-Barrett (eds.): *Media in Global Context*. London: Arnold, 1997), o lo sociocultural (ver el informe de UNESCO: World culture report 1998).
- 9 Tanto Andrea Semprini como Miguel Salerno analizaron el caso de la CNN. Según Salerno, con la CNN por primera vez en la historia de la información televisiva se producen, de modo sistemático y como parte de una estrategia comunicativa, las "noticias globales". Este tipo de noticias presuponen y están pensadas para un público mundial y hacen referencia a un "punto de vista" o "sentido común" universal. Como ya lo observaron algunas posiciones críticas (Semprini, 1994; Wolton, 1992), el mundo no está en condiciones

“

Está claro que una cosa es el hambre y otra el discurso sobre el hambre pero es también cierto que no toda nuestra acción social se mueve a partir ni de lo específicamente informativo o experiencial ni de sus mediaciones específicas, sino que son cada vez más penetrados por otro tipo de discursos como se ve en la problemática del infoentretenimiento.

”

de llegar a tal estado de homogeneidad, y la intención de alcanzar un punto de vista universal es una utopía. Las noticias de la CNN, como la de todos los informativos, presentan un punto de vista particular, una lectura hecha con base en un *background* cultural específico y a una precisa política editorial.

Un proyecto como el de la CNN -según Salerno- puede ser pensado como el portavoz idóneo de este modo de pensar la globalización: una tentativa de unir todos los puntos del planeta, ofreciendo información sobre lo que sucede en lugares remotos, con el objetivo implícito de comenzar a asemejarse cada vez más. No es necesario ejemplificar lo limitada que resulta la promesa según la cual el mundo con más redes de comunicación será un mundo más homogéneo y comprensivo al tener acceso a los problemas del "otro".

Semprini, por su parte, sugiere que la información mundializada no representa la emergencia de un punto de vista homogéneo y universal, sino más bien la tentativa de hacer adquirir generalidad a un punto de vista singular. La oferta real de las noticias de la CNN está entrecortada al imaginario y este imaginario sustenta un espacio sociocultural específico: el americano, que pretende extenderse por todo el planeta, en oposición a otro imaginario regional. Es en esta tentativa en la que se basa la especificidad del proyecto hegemónico de la CNN.

Andrea Semprini: *Il flusso radiotelevisivo*. Roma: RAI, 1994.

Miguel Salerno: "Gli effetti sociali della televisione. Il caso della globalizzazione". *Univerità Degli Studi di Parma*. 1994-5.

- 10 Michael Delli Carpini y Bruce Williams, "Fictional and no-fictional television celebrates eath day, or politics is comedy plus pretense".

En *Cultural Studies*, vol.8, N° 1, enero 1994. Los autores argumentan que la distinción entre las categorías de programas televisivos de "ficción" y de "no ficción" no puede ser sostenida por el análisis científico, ya que tanto los programas de entretenimiento como los noticieros o documentales tienen incidencia en la forma en que piensa la gente sobre el "mundo real".

- 11 Un ejemplo de esto se puede encontrar en Delli Carpini, op. cit. Además, esto se nos presenta en un problema específico en Ford, Aníbal, Martini, Stella, Mazziotti, Nora: "Construcciones de la información en la prensa argentina sobre el Tratado de MERCOSUR". En García Canclini, Néstor (coord.): *Culturas en globalización*. Caracas: Nueva Sociedad, 1996.
- 12 Este problema está desarrollado en Aníbal Ford y Fernanda Longo. "La exasperación del caso. Algunos problemas que plantea el creciente proceso de narrativización de la información de interés público". Una versión abreviada de este trabajo se publicó en: Eliseo Verón y Lucrecia Escudero (comps.) *Ficción televisiva*. Barcelona, Gedisa, 1997. Para una visión de la televerdad como generadora de nuevos espacios públicos ver, entre otros: Bondebjerg, Ib: "Public Discourse/Private fascination: hybridization in 'true life story' genres" en *Media, Culture and Society*. Vol. 18: 27-45, 1996. También Mazziotti, Nora. Ver nota 19.
- 13 Crf. anexo.
- 14 Robertson, Roland: "Mapping the global condition". En: *Globalization. Social Theory and Global Culture*. London: Sage, 1992.
- 15 La visión diacrónica de la globalización es fundamental. Como bien lo señala Ianni, op. cit., "Vista como un desafío epistemológico, la metateoría histórica sintetiza y desarrolla la lógica de la historicidad activa en las relaciones, procesos y estructuras de dominación y apropiación, o integración y contradicción, que se expresan en el ámbito de la reproducción ampliada del capital, así como en el ámbito del desarrollo desigual, contradictorio y combinado, que se configuran en los movimientos de la globalización del capitalismo" (pág. 19).
- 16 Parte del texto que sigue fue publicado, en conjunto con Carolina Vinelli, y con el título "El marketing de lo cruel". En *Clarín* (Suplemento Zona), 19 de julio de 1998.
- 17 Muniz Sodré. *O social irradiado. Violencia urbana, neogrotesco e mídia*. Río de Janeiro: Cortez editora, 1992.
- 18 Dowbor, Ladislav. "Espacio local, actores sociales e comunicacao. En: *Comunicação & Sociedades*. XI, 19, marzo de 1993.
- 19 Ver Nora Mazziotti, "Introducción a los géneros de la Televerdad". Este trabajo forma parte de la investigación *Los géneros de la televerdad. Realidad y ficción, lo local y lo global*, que a partir de 1998 se desarrollará en el Instituto de Investigaciones Gino Germani, de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA, dirigido por Nora Mazziotti, y del que participan Libertad Borda y Fernanda Longo.
- 20 Ginzburg, Carlo. *El queso y los gusanos*. Barcelona, Muchnik, 1981.
- 21 Inic, Serra A. "United Color and United Meanings: Benetton and the Commodification of Social Issues". En: *Journal of communication*. 47 (3), verano de 1997.
- 22 Bridet, Cécile. "L' image documentaire dans la publicité: le cas Benetton". En: *Champs Visuels*. 2, junio de 1996.



Lady Diana medios y mito... el aire del tiempo

Entrevista con Michel Maffesoli

Comprender el “aire del tiempo”, esto es, un ambiente general de nuestra época, es muy importante, sobre todo si admitimos que no siempre los intelectuales prestan atención a esto, entonces comienzan ahora a interesarse por ese tipo de fenómeno. Los periodistas sienten miedo de esa perspectiva, pues continúan centrados en una visión demasiado racionalista. Es preciso recordar que el individuo racional fue el hijo de la Modernidad. El Individuo como sujeto responsable de sí, capaz de dominar sus emociones, sus lágrimas y sus miedos. Actualmente, lo que representa un aspecto fundamental, es una mudanza global, más vivida que analizada.

■ Federico Casalegno

Traducción

Joaquín Pereira Goveia



ILUSTRACIÓN: FRANCISCO BROWN

Michel Maffesoli, profesor de Sociología en la Sorbonne, presenta una observación al mismo tiempo original y pertinente sobre los hechos sociales que caracterizan la época actual. En esta entrevista, él trata sobre Lady Diana, fenómeno que tomó cuenta de las sociedades, de los medios y del imaginario colectivo. El interés de la prensa por la princesa de Gales y la cobertura destacada dada a su fin trágico posibilitan innumerables perspectivas de análisis. El caso alienta los valores de este final de siglo, llama la atención sobre el papel de los ídolos, cuestiona las relaciones entre los medios y vida privada, hace reflexionar sobre los límites del derecho a la información.

Federico Casalegno – Antes de detallar el fenómeno de Lady Diana, ¿sería posible decir que ella cristalizó un ambiente general de esta época?

Michel Maffesoli – Comprender el “aire del tiempo”, esto es, un ambiente general de nuestra época, es muy importante, sobre todo si admitimos que no siempre los intelectuales prestan atención a esto, entonces comienzan ahora a interesarse por ese tipo de fenómeno. Los periodistas sienten miedo de esa perspectiva, pues continúan centrados en una visión demasiado racionalista. Es preciso recordar que el individuo racional fue el hijo de la Modernidad. El individuo como sujeto responsable de sí, capaz de dominar sus emociones, sus lágrimas y sus miedos. Actualmente, lo que representa un aspecto fundamental, es una mudanza global, más vivida que analizada. Defino esa mudanza como una “estetización”, transformación estética del mundo; con el término estética, acentué lo que le da orden a las emociones comunes, de las pasiones y de afecto compartido. En nuestra época, funciona lo que, cada vez más, permite *vibrar en conjunto*, por ejemplo, los juegos olímpicos, la guerra del Golfo, este o aquel fenómeno sensacionalista y, claro, la muerte de Lady Diana. Todo eso, entre muchos aspectos, conduce a fenómenos estéticos. Insisto con el término *aisthesis* que significa, en griego, *experimentar juntos*. Es lo que, en un plano general, caracteriza este fin de siglo. Asistimos al deslizamiento de lo racional a lo emocional.

Casalegno – ¿Ese retorno a las emociones es un fenómeno nuevo?

Maffesoli – De hecho, se trata de algo que existía en las sociedades llamadas tradicionales. Las tribus antiguas experi-

“

En nuestra época, funciona lo que, cada vez más, permite vibrar en conjunto, por ejemplo, los juegos olímpicos, la guerra del Golfo, este o aquel fenómeno sensacionalista y, claro, la muerte de Lady Diana. Todo eso, entre muchos aspectos, conduce a fenómenos estéticos. Insisto con el término *aisthesis* que significa, en griego, *experimentar juntos*. Es lo que, en un plano general, caracteriza este fin de siglo. Asistimos al deslizamiento de lo racional a lo emocional.

”

mentaban la necesidad de compartir en las lamentaciones, las risas y las alegrías. Durkheim habla como ejemplo de eso, dos *ritos piaculares*. Ellos muestran como estos cumplían una función esencial: saber y poder llorar en conjunto. En determinada sociedad, en paralelo a la celebración de la alegría, de una victoria, etc., existe una necesidad de llorar colectivamente. De resto, no hace mucho tiempo, cuando se quería celebrar un acontecimiento feliz, al igual que una victoria, se cantaba el “Te Deum”. El “Réquiem” de las grandes ceremonias fúnebres cumplía también la función de expresar el llanto común. Se trata, por lo tanto, de algo arcaico que se encuentra enraizado en el substrato antropológico humano.

Casalegno – En ese sentido, ¿sería posible afirmar que los acontecimientos alrededor de Lady Diana trajeron a la superficie una estructura fundamental del hombre?

Maffesoli – Me parece que, cuando el accidente de Diana, algo semejante repentinamente despertó. Vimos manifestarse, en las cuatro esquinas del mundo,

una necesidad de llorar en conjunto y a través de eso de cimentar la vida social. Es eso el *rito piacular*: De repente, una masa de personas pasa a vibrar colectivamente. Hay, entretanto, dos aspectos específicos de nuestra época. En primer lugar, lo que llamaré por “contaminación”. Si la Modernidad se basaba en la distinción y en la separación, hoy, en todos los campos, podemos hablar de “difusión”. Jean Baudrillard hablaría en ese respecto de “viralidad”... El Fenómeno Lady Diana fue propagado como que por el efecto de un virus y contaminó una gran parte de la humanidad. El segundo elemento importante que hay es el papel desempeñado por los medios. Retomo aquí una idea que desarrollé antes sobre la característica de la postmodernidad: una sinergia de las estructuras arcaicas y del desenvolvimiento tecnológico, lo que se ve especialmente en los nuevos medios de comunicación y en la televisión. Esta participa en el proceso de contaminación, de los ritos arcaicos y contribuye en un verdadero reencantamiento del mundo. La medios contaron decisivamente en el hecho de llorar en conjunto, en las celebraciones ocurridas en los funerales teatralizados. Un verdadero cuento de hadas fue escenificado en las “telinhas” (nota del traductor: casas, salas, escenarios privados) del mundo entero, sin olvidar que en los cuentos de hadas también hay tristeza y lágrimas. Al mismo tiempo, eso cumple un papel de catarsis. La “catarsis” purga. Es la función que Aristóteles atribuía a la comedia: colocamos en escena las pasiones, lloramos, reímos, en síntesis, purgamos. Pienso, en consecuencia, que en esa teatralidad el pueblo se purifica de la infelicidad, se libra de ella. El hecho de que una persona conocida muera sirve, así, de purificación. Es esa personalidad que autoriza a llorar en conjunto, pues su tragedia cristaliza al género humano en su totalidad. Se trata de un arquetipo representando al mundo en su conjunto.

Casalegno – En resumen, el señor destaca el hecho de que el hombre precisa de vibraciones comunes y de compartir las emociones. El ambiente estético, esa “aura” emocional, caracteriza la época actual. Entretanto, no se trata de un fenómeno nuevo, pues, como se vio en relación con los ritos piaculares, el hombre siempre experimenta la necesidad de comulgar, igual en la infelicidad como en el dolor. Mas lo que parece más pertinente en esta época es el fenómeno de contaminación y

de la difusión viral por los medios. ¿La muerte trágica de Lady Diana transforma a la princesa en un mito?

Maffesoli – Si, en el lado trágico es siempre importante e interesante y, en este caso, mostró como los grandes de este mundo son como nosotros. Estamos todos sometidos al mismo destino.

Casalegno – **Más o menos en la misma época de la muerte de Lady Diana, en Argelia se vivió una de las páginas más negras de su historia. Los medios fueron acusados de tratar los dos acontecimientos con enorme desigualdad...**

Maffesoli – En cuanto a eso, sería necesario, antes, hacer un análisis del tratamiento dado por la prensa a lo que ocurrió en Argelia. Sabemos que Francia tiene un gran problema con Argelia y es siempre muy difícil de avanzar en el análisis de ese drama. Aparte de eso, me parece que el problema argelino está demasiado “intelectualizado” y puede ser explicado con múltiples “razones”. En consecuencia, eso no tiene el aspecto trágico de un accidente envolviendo a una princesa. No es la misma fuerza emocional, lo que remite a lo tratado anteriormente. En una época dominada por la razón, se hubiera hablado preferentemente del drama argelino, con la disección de los motivos y de las formas de las cosas. En el caso actual, se enfatiza la pasión; *pathos* predomina y así el aspecto racional acaba en segundo plano. Por otro lado, volviendo a la televisión, la imagen televisiva se caracteriza por revivir las emociones comunes, lo que era propio del trance en las sociedades tradicionales. Hablar en trance crea problemas; la expresión no goza de buena reputación y remite a algo muy bárbaro, salvaje. Por ende, permanece el deseo de salir de sí, de gozar y de vibrar en conjunto. En términos más eruditos, podemos hablar, como A. Schutz, de “sintonía”.

Casalegno – **¿Se puede hablar realmente de mito tratándose de Lady Diana o todo eso no pasa de una simple pasión fugitiva que será rápidamente olvidada?**

Maffesoli – Siempre digo que el mito es algo encarnado. En cuanto a eso, los trabajos de G. Durand son ejemplares. Un mito funciona bien cuando es representativo, en el sentido profundo del término, de aquello que fundamenta los valores, las maneras de ser y las características de una colectividad. Así, podemos hablar del mito en relación con el “carácter” esencial

“

Creo que los medios destacaron el aspecto “común”, luego mítico, de la princesa. En la base de todo eso está la temática de lo banal que, en mi opinión, constituye el fundamento de la vida social y de la postmodernidad banal, lo digo de memoria, en la Edad Media era el día en que el horno (horno banal), quedaba en disposición de todo el mundo. El Señor ocupaba el horno durante todo el resto de la semana. Banal es, por tanto, el que es compartido por el pueblo y, en este sentido, el que estructura, que enraíza el mito. La mitología de Lady Diana se caracteriza por lo concreto.

”

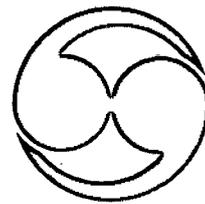
de una época o de un pueblo. Cuando se observa la mitología antigua, se ve que ella se limitaba a representar esas “características”, esos tipos esenciales. Cada dios representaba un de los aspectos específicos del tesoro humano. Al escuchar las conversaciones cotidianas, del bar, del metro, del taxi, sorprende el hecho de que Lady Diana se torna mito por exprimir los “valores de todo el mundo”. Ella era la princesa del pueblo, pues, salvo ciertos aspectos, se comportaba como cualquiera: engañaba al marido, transgredía y se inscribía así en algo bastante común; en contraposición, la realeza es completamente abstracta en relación con el pueblo (un poco como nuestros políticos...). Lady Diana era alguien que había “sentido” esa diferencia. Así, apoyaba causas humanitarias y desbordaba calor humano. Ese aspecto encarnado, que genera el mito

desde un punto de vista general, estuvo presente en el fenómeno de Diana. Se trata de algo enraizado en lo que vivimos. Los observadores sociales, me parece, tienen dificultades para comprenderlo pues, de modo común, la “gran figura” o los héroes son presentados como seres completamente desencarnados, lo que es opuesto al mito. Creo que los medios destacaron el aspecto “común”, luego mítico, de la princesa. En la base de todo eso está la temática de lo banal que, en mi opinión, constituye el fundamento de la vida social y de la postmodernidad. Banal, lo digo de memoria, en la Edad Media era el día en que el horno (horno banal), quedaba en disposición de todo el mundo. El Señor ocupaba el horno durante todo el resto de la semana. Banal es, por tanto, el que es compartido por el pueblo y, en este sentido, el que estructura, que enraíza el mito. La mitología de Lady Diana se caracteriza por lo “concreto”.

Casalegno – **La muerte de Diana provocó una verdadera tempestad en el universo de los medios y llevó a reflexionar sobre la deontología de la profesión y sobre el papel de los periodistas. Los paparazzi fueron acusados de haber creado y después matado a Lady Diana. ¿Cuál es su opinión sobre eso?**

Maffesoli – Se trata de un falso debate. Es una polémica de los “constructores” de opinión, una *intelligentsia*. Las personas siempre tienen la necesidad de comulgar, de participar con los ídolos y las grandes personalidades. En términos más cultos, es una forma de tipificación: reconocer en una forma mayor lo que vivo en menor. Los *paparazzi* son, en última instancia, criticados por los periodistas que sienten miedo de ser comparados a ellos y quieren marcar una diferencia entre el “verdadero” periodista y el “pirata”. Lady Diana representa el fenómeno de la viscosidad, lo que los filósofos alquimistas llamaban el *glutinum mundi*. A veces, el “cemento”, que liga el cuerpo social, viene de un ideal lógico, como, por ejemplo, los ideales políticos. En otros casos, en contrapartida, el elemento de liga es más próximo. El fenómeno Diana permitió al cuerpo social soldarse a partir de un *fait divers*. Estos no deben ser desvalorizados pues estructuran una vida social ■

- Tomado de *Revista FAMECOS*. Porto Alegre. No 8. Julio 1998. Semestral.



Venezuela, el país que imaginamos

¿Cómo llegar a ser una verdadera república representativa y popular, y cómo realizar en ella la democracia?

Varios autores.

Editado por JMC/Y&R. Caracas, 1998.

Este anuario está retado por las condiciones específicas de cada año que se publica. En Venezuela, imaginar el país en un año electoral, es uno de esos retos que se las traen. Más todavía cuando este año electoral se caracteriza por una alta emotividad política social, fruto de más de 20 años de empobrecimiento y profunda frustración que afectan muy especialmente a los jóvenes venezolanos.

Voy a hacer el intento de "presentar" este texto rico y variado como un anuario que recoge muchos años de un proceso que todavía no logramos tragar y mucho menos digerir, a partir de la pregunta que señala Luis Castro Leiva como la obsesión histórica venezolana: ¿Cómo llegar a ser una verdadera república representativa y popular, y cómo realizar en ella la democracia?

La lectura de los trabajos que forman este anuario nos pone fácilmente en ese talante de elevar la mirada más arriba de las vicisitudes del "año electoral" que vivimos, ampliar nuestros horizontes más allá de los miedos y de las conveniencias particulares.

Imaginamos este país llamado Venezuela en medio de un prolongado proceso de transición en el que hemos ido pasando:

a. De sembrar el petróleo a trabajarlo como industria. Es decir, de la Venezuela rentista a imaginar la Venezuela petrolera.

Esta es la mayor transformación económica que se viene dando en Venezuela en los últimos 20 años. La actividad petrolera venezolana de hoy en día es bien distinta a la del momento de la nacionalización. Petróleos de Venezuela se ha convertido en una compleja empresa que factura 35 mil millones de dólares al año. En la actual industria petrolera venezolana se concentran las ventajas comparativas y competitivas del país. Se hace casi imposible imaginar otro eje para nuestro desarrollo económico y social sustentable en la dinámica del mundo globalizado.

El ensayo de Ramón Espinasa sustenta esta afirmación, además de indicar la urgencia de establecer políticas públicas coherentes con este proceso real, pues la sociedad y el Estado venezolano nos seguimos relacionando con el petróleo como materia prima o recurso para financiar otras actividades productivas.

En este proceso hay que insertar las reflexiones sobre el papel de la agricultura (Juan Ignacio Aristiguieta) y la promoción de las

inversiones (Luis Soto) y el tipo de empresas ético y futurista (José Mayora y Freddy Rive-ro) que permitan pintar un cuadro armónico de las distintas áreas del desarrollo.

Pasar de la imaginación a la realidad este proceso requiere promover la transformación cultural esbozada por Mikel de Viana en su intento de imaginar ese fondo humano en el que se basa la posibilidad de indentificarnos como personas y como sociedad: la cultura y la cultura política.

b. Del Gobierno centralizado-presidencialista al descentralizado regional (Estados) y local (Municipal/Parroquial). Es preciso reconocer los múltiples efectos que ha tenido en la institucionalidad y las relaciones políticas el proceso de reformas políticas que se iniciaron durante los años 1983-1988 por el que se llegó a la elección directa de Gobernadores y Alcaldes/Concejos Municipales.

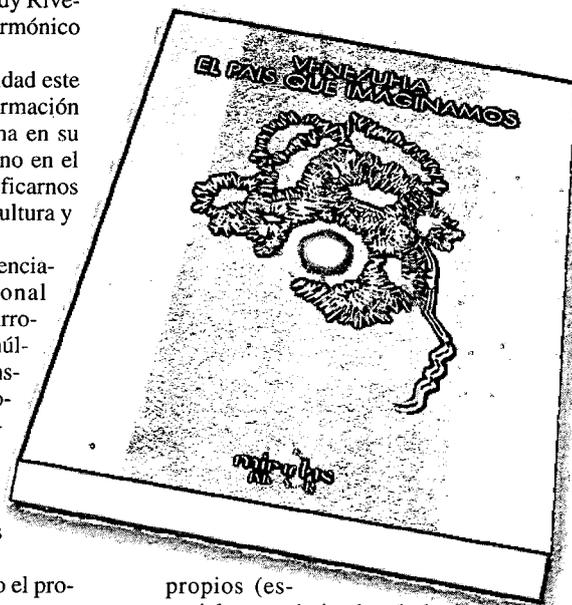
Desde entonces, no se ha detenido el proceso de establecer relaciones ciudadanos-gobernantes en diversos niveles, la transferencia de competencias y recursos, etc. No hay que pasar por alto la importancia que van teniendo los Estados y Municipios en la prestación de servicios básicos como seguridad (policías), vitalidad, salud y educación.

Como consecuencia va cambiando en la práctica el papel de las autoridades nacionales, especialmente del Presidente de la República, de los Ministros, y del Gobierno Central.

Hemos llegado a 1998 en democracia, como señala Joaquín Marta Sosa, no sólo porque hemos adquirido una ideología democrática y caracterizamos la crisis desde sus carencias (Manuel Caballero), sino porque se han dado realmente estos procesos de democratización, porque seguimos vivos, poniendo remedios políticos a los males políticos.

Un enemigo todavía a vencer para darle realidad histórica a esta imaginación, es el miedo. En el contexto del año electoral su distorsionante presencia se ha vuelto a hacer presente haciendo más difícil la resolución de los conflictos por el diálogo y la negociación en lugar de la amenaza a la imposición por fuerza de la seudo-verdad de alguno de los polos nacidos de la confrontación (Néstor Luis Luengo).

c. Del Estado con abundancia de recursos



propios (especialmente derivados de la renta petrolera), paternal(ista) y empresario al Estado limitado en sus recursos, reducido a labores propias de garantizar la justicia y la paz. El artículo de Francisco Vivanco ilustra dramáticamente cómo han descendido los recursos del Estado y con ellos la calidad de vida del pueblo.

El fortalecimiento institucional del Estado para resolver el problema de la seguridad social (Yolanda Quintero/Leida Puy García), procurar patrones de distribución justa de la riqueza socialmente producida (Mercedes Pulido) y mantener vivos los canales de participación política es, por consiguiente, una tarea prioritaria.

d. De una sociedad receptora de recursos públicos, acostumbrada a no percibir ni cubrir los costos de los servicios del Estado, a una sociedad con servicios precarios y poca capacidad de generar recursos para mejorarlos.

Un gasto público eficiente requiere profesionalizar las labores del Estado para focalizar el gasto público en aquellas áreas propias de la acción del Estado y un sistema de recaudación de ingresos que le permita sostener el gasto necesario de forma económicamente sana, a saber, distribuyendo la riqueza socialmente producida de forma justa. Eso requiere

un sistema tributario, bien organizado, progresivo y no regresivo, fundamentalmente sustentado en el ISLR.

Aquí cobra sentido el llamado que hace Massimo Desiato a buscar el sujeto perdido y volver a poner a la gente como sujeto del proceso vinculando la calidad de vida a la que cada persona aspira y tiene derecho con la acción colectiva, de forma que cada venezolano y venezolana termine encontrando sentido y gusto a lo público.

Condición necesaria para dar este paso es poner las condiciones para la superación de la pobreza, recuperando la memoria de nuestro propio proceso en este siglo XX, reconociendo las enormes dificultades y poniendo los medios para que se dé una producción de riqueza en las condiciones político institucionales y culturales propicias. El ensayo de Luis Pedro España describe este reto con la mayor crudeza.

La educación es un instrumento imprescindible en este proceso. Javier Duplá señala cómo la Asamblea Nacional de Educación ha logrado, mediante un intenso proceso de planificación social, un consenso sobre los aspectos básicos de una política educativa impulsora de la Venezuela que imaginamos. Invertir más y mejor en educación. Constituir un auténtico cuerpo docente con formación y reconocimiento social. Integrar a los padres en el proceso. Programas educativos útiles, respeto y cariño por los educandos.

Los artículos de los universitarios sobre la Universidad (Ocarina Castillo, Luis Ugalde, Freddy Malpica y José Ignacio Moreno León) comprometen seriamente a la universidad venezolana a una profunda reforma (reingeniería) para ponerse a la altura de su misión: desburocratizarse para convertirse en un lugar en el que se piensa y se hace la Venezuela que

imaginamos, produciendo con rigor y mérito frutos de calidad que devuelvan a la sociedad la enorme inversión que se hace en ella.

e. De una cultura política gregaria -masas encuadradas- al individualismo -con tendencia anómica y anárquica-.

En la primera mitad del siglo XX se inició el importante paso de las masas acaudilladas a las organizaciones partidistas modernas, de corte populista, en las que la dirigencia y líderes emblemáticos jugaron un papel crucial para el establecimiento y estabilidad del paso de las dictaduras modernizadoras (Jefe único con élites o institucional-militar) a la democracia representativa (conciliación de élites, sistema populista de partidos).

En los últimos 20 años vacilantemente estamos viviendo el paso a de las masas encuadradas a la sociedad civil organizada. Estamos en una fase de "despolitización" en la cual se rechaza emocionalmente el papel de los partidos y de los políticos profesionales vinculados a ellos y se reivindica el derecho a buscar salidas individuales, independientes de los partidos, sin compromisos organizativos ni programáticos de mediano y largo plazo.

Esto, unido al empobrecimiento colectivo y la aparición de la violencia social urbana, con su secuela de inseguridad personal, ha alimentado las tendencias anónimas de la sociedad y estimulado la búsqueda de salidas individuales, grupales o locales más que públicas.

Otra consecuencia de este fenómeno es el alejamiento de los estratos sociales. Más grave que la brecha en las condiciones sociales de los distintos estratos de la sociedad es la imposibilidad de las élites de percibir la situación anímica de las mayorías. Las élites son las que toman la mayor parte de las decisiones sociales y políticas. En lugar de buscar entender el

trasfondo de las reacciones políticas de la mayoría para expresar su deseo de cambio, se sienten amenazadas y reacciona defensivamente, desde el miedo, propiciando, consciente o inconscientemente, un mayor alejamiento social, el conservadurismo político (más vale malo conocido) o el regreso al pasado.

Lograr que este paso se dirija a la constitución de una sociedad civil organizada requiere la profundización de la democracia mediante la recuperación del sentido político de las acciones individuales, grupales, locales y regionales. En este proceso es crucial la actitud de las élites para disponerse y propiciar decisiones que lleven al diálogo social y político. Deberían ocupar su papel de élites modernizadoras, empujando hacia adelante, estableciendo comunicación eficaz con todos los sectores sociales, perdiendo el miedo al futuro y comprometiéndose con lo público.

Un factor que ayuda en el momento actual poco es el reavivamiento del mesianismo propio de la cultura política populista y sus raíces en el caudillismo. Si este aspecto se mantiene como uno de los ingredientes más importantes de la reacción de las mayorías ante las situaciones sociales y electorales, el establecimiento de un diálogo político y la profundización de la democracia se hacen más difíciles.

No hay que dejar pasar la reflexión que se hace sobre el papel de los medios de comunicación social (Jesús María Aguirre, Marcelino Bisbal/Pasquale Nicodemo, Carla Villamediana) y del liderazgo (Iván Abreu Sojo) en la presente coyuntura electoral como momento clave de la orientación que va a tomar el proceso social y político hacia el país que imaginamos.

Gracias a los editores por este trabajo

■ Arturo Sosa

La estructuración de la identidad profesional del comunicador social en Venezuela

Jesús María Aguirre,
Ediciones de la Universidad Católica
Andrés Bello, Caracas, 1998.

La presentación de esta investigación realizada con la finalidad de cumplir con el requisito académico doctoral ha tenido para mi visión un conjunto de inquietudes que quisiera ordenar de la manera más sencilla. En primer término, su autor el profesor Jesús María Aguirre es un notable investigador de los problemas de comunicación y ha publicado numerosos trabajos en libros y revistas especializadas, lo cual lo coloca en una posición "natural" en el tratamiento de la temática que ha seleccionado como Tesis Doctoral. Con esto quiero decir, que la investigación realizada es

una suerte de gran reflexión sobre una problemática que se conoce, se reflexiona y se vive intensamente. No se trata de un tema azaroso o recién llegado. Es una larga experiencia contrastada en nuestro país y en otros territorios. Es un largo encuentro con autores y libros referentes al tema que dan cuenta de una movilización intelectual sumamente amplia y diversa. Es una condensada erudición no fatigante, sino por el contrario estimuladora, educativa y reflexiva.

Esta tesis siguió los ritmos que el propio doctorado en ciencias sociales reclama en sus diferentes instancias académicas, pero también muestra un itinerario personal no exento de rupturas y recreaciones propios de todo encuentro real con el mundo de las personas.

Tuve ocasión de escuchar del propio autor, sus reflexiones y pensamientos en varios seminarios doctorales y desde allí se sentía ese camino apasionado por un tema convertido en objeto de investigación y de cuya direccionalidad es testimonio de su propia tenacidad y constancia de investigador.

Aunando autor y tesis, investigador e investigación, lo hablado y lo escrito, lo pensado y lo sentido, puedo afirmar sin ningún rubor que estamos en presencia de un trabajo doctoral ejemplar. No es solamente cumplir satisfactoriamente con los requisitos exigidos. Se trata de una investigación exigente consigo misma. Los autores leídos, las propuestas que revelan "el estado del arte", el curso metodológico que orienta la tesis, la selección de

sus informantes, el manejo correcto de un volumen muy grande de información, etc. dan fe de un estilo de investigación poco usual en nuestro ambiente universitario.

Por estas razones el trasfondo implicado de toda tesis doctoral, esto es, generar inquietudes, despertar curiosidad, ahondar en los caminos a veces inciertos de la investigación misma, proponer cosas reflexionadas, me parece, se ha cumplido con creces y a plena satisfacción y responsabilidad. Punto a destacar es la erudita construcción de unas fuentes bibliográficas consultadas y pensadas. Por supuesto siempre habrá en estas lides, autores preferidos y puntos de vista centrales que revelan una decisión personal que anima todo el espíritu de la tesis.

En segundo término, quisiera hacer un breve comentario al contenido de la tesis. En líneas generales se trata de situar en un campo específico la reflexión -la comunicación social- el problema de la construcción de identidades profesionales. Este proceso de constitución se analiza a partir de distintas socializaciones en las cuales los proyectos de acción, el contexto social global y la subjetividad actúan como elementos reflexivos. Los proyectos de vida, suerte de trayectorias de experiencias vividas o deseadas, son examinados en una interacción con los distintos participantes que fueron entrevistados.

Demás está señalar la importancia decisiva que en el pensamiento social actual ocupa la problemática de la identidad nacional y grupal. Este debate ocupa un espacio muy interesante sobre todo a la luz de las consideraciones que incorpora el proceso de globalización. Con respecto a la identidad Manuel Castells en su obra reciente *La era de la información* señala al respecto: "por identidad, en lo referente a los actores sociales, entiendo el proceso de construcción del sentido atendiendo a un atributo cultural o un conjunto relacionado de atributos culturales, al que se da prioridad sobre el resto de las fuentes de sentido...".

En esa misma dirección Castells habla de una: "identidad legitimadora que se corres-

ponde con la introducida por las instituciones dominantes de la sociedad para extender y racionalizar su dominación frente a los actores sociales... una *identidad de resistencia* generada por actores que se encuentran en situaciones de exclusión, marginación, devaluación o estigmatización... una identidad de proyecto, cuando los actores sociales basándose en los materiales culturales que disponen construyen una nueva identidad que redefine su posición en la sociedad, y al hacerlo, buscan la transformación de toda la estructura social".

Esta concepción de la identidad, me parece, enriquece la discusión planteada por el profesor Aguirre y aporta nuevos elementos además de los esbozados por A. Giddens en su teoría de la estructuración social, ampliamente comentada por nuestro autor.

Por otro lado, la discusión se ubica dentro de la denominada crisis de la modernidad, en la cual los procesos de globalización cultural impuesta por la mundialización de los medios informáticos y telemáticos, son hoy una realidad, aunque contradictoria... por una parte globalización y por la otra cierre de identidades en procesos comunitarios. al respecto, Touraine en su libro *¿Podremos vivir juntos?* habla de un proceso de disociación que conduce a la desmodernización, espacio donde se produce la combinación de la instrumentalidad y la identidad, de lo técnico y lo simbólico, es el proyecto de la vida personal.

Es una gran paradoja, la marcha al parecer indetenible de una globalización orientada por intereses transnacionalizados y que arropa con la dinámica propia del mercado a todas las regiones culturales del mundo y por el otro lado, la necesaria batalla por conservar la identidad cultural a través de movimientos sociales con base ni sólo en la etnicidad, sino en el nacionalismo, la religión y la cultura. Es lo que el profesor Fougeyrollas ha denominado una nueva alianza entre la filosofía y la religión, con miras a producir un nuevo pensamiento.

En tercer término, es de rigor señalar algunas de las observaciones hechas a la tesis,

no siempre compartidas por mí. Se le ha criticado al profesor Aguirre el excesivo peso sociológico de la tesis. Pareciera que la crítica lamenta la configuración "sociologista" en detrimento de otras orientaciones, más específicamente comunicacionales. Otra observación, compartida a medias por mí, se refiere a un estilo del autor en presentar sus conclusiones de una manera muy puntual que resiente toda la discursividad sostenida a lo largo de la tesis.

Sostuve que con respecto a la primera crítica tenía la impresión que nuestro autor guió su pesquisa bibliográfica en una dirección muy amplia y que el hecho de que cite a sociólogos no implica una sociologización al estilo durkheimiano. Por el contrario, me pareció que el enfoque general de la tesis sigue un camino de fronteras, es transdisciplinario y multiparadigmático.

Con respecto a la segunda crítica, me pareció una bien intencionada dirección del autor para evitar el alargamiento innecesario de la tesis. Pero aún así, estas conclusiones puntuales están llenas de sugerencias, de aperturas, de nuevas búsquedas, que tal como afirmé al principio, constituye uno de los atributos de la tesis doctoral.

Finalmente, un más breve comentario a las proyecciones de la tesis en el campo de la investigación social. En lo que se refiere al problema de la construcción de identidad profesional es un trabajo pionero tomando en cuenta su profundidad y erudición. En relación con un punto de vista metodológico (combina métodos cuantitativos y cualitativos) resulta pertinente y obviamente fecundo con respecto a los objetivos.

Personalmente me siento altamente complacido de haber acompañado al profesor Aguirre en distintos momentos del Doctorado, así como la tutoría de la tesis. Reconociéndole desde luego todos los méritos de una investigación realizada con todo ahínco y ardor, sin abandono de sus otras obligaciones en la docencia, las publicaciones del grupo Gumilla y sus responsabilidades pastorales

■ Víctor Córdova

Cultura replicante. El orden semiocentrista

Aquiles Esté.
Editorial Gelisa,
Barcelona, España, 1997

Estamos en un tiempo de transhumancia, de vértigo y veloz mirada que invade hasta los resquicios más insólitos que lo personal y nos desborda aunque siempre estemos en guardia para evitarlo. Lugares, imágenes, individuos, afectos, sensaciones, lecturas, escrituras, ideas, sucesos científicos,

políticos, sociales, culturales, pasan y se superponen en los vagos intentos de armar, por una parte, esa nuestra historia propia y entrañable y, por otra parte, la historia de todos, la pasada y la futura con mayúsculas, en medio del tráfico de una "realidad" con lo cual tenemos contacto por vías indirectas. ¿Cuáles son esas vías? Medios de comunicación, prensa, ciberespacio, ese valiente "mundo nuevo" del fin de siglo en el que la experiencia de la simultaneidad cultural, de las transforma-



ciones tecnológicas, de la caída de sistemas políticos e ideológicos firmemente enraizados en sus privilegios, de los grandes movimientos migratorios, es la cotidianidad de televidentes, internautas, cinéfilos, melómanos, pobres, ricos, letrados e iletrados.

El tiempo como devenir es simplemente una deriva, que no tiene que ser vista con mirada pesimista porque quizás contemos con armas capaces de enfrentarnos a nuevas circunstancias. Aquiles Esté en *Cultura replicante. El orden semicentrista* -libro vinculado con el impacto de la ciencia y la tecnología en nuestros modos de entender, vivir y conocer el mundo- nos habla de esas armas, algunos de cuyos significados me gustaría destacar y contextualizar, con brevedad que cae en el esquema y espero que no excesivamente en la trivialidad, en relación con ciertas polémicas humanísticas y sociales de las últimas décadas.

En primer lugar, y acorde a esa particular y estimulante intemperie en que nos dejan algunas reflexiones propias del debate modernidad-postmodernidad, Esté nos previene acerca de las desventajas de las propuestas políticas, científicas, sociológicas, artísticas o religiosas que se den a sí mismas por sentadas y definitivas en tanto elementos de explicación y transformación del mundo.

Aquiles Esté no evidencia la preocupación por la pérdida de los valores unificadores modernos que inquieta a Jürgen Habermas, Frederic Jamenson o Eduardo Subirats, los cuales profetizan que sin dichos valores las sociedades irán al caos y a la barbarie de un individualismo salvaje amenazado por el control absoluto del poder por parte de determinados grupos, valiéndose de la tecnología. Tampoco comparte el pesimismo radical de Jean Baudrillard en relación con las sociedades actuales ni la carrera infinita del signo adelantada por la Deconstrucción. Propone la posibilidad de una "gaya ciencia", capaz de orientarnos en el presente y proveernos de acuerdos y puntos de partida provisionales. Frente a la inseguridad de lo desconocido nos recuerda el concepto de abducción:

"Decía Chomsky, refiriéndose a la abduc-

ción, el término empleado por Charles Peirce para designar el tipo de inferencia que permite presuponer las condiciones de aparición de un fenómeno, que no se equivocaba el filósofo estadounidense al asegurar que la mente del hombre tiene una adaptación natural a imaginar teorías correctas de algún tipo. Un principio de 'abducción' que pone límites a las conjeturas admisibles, pero que al mismo tiempo opera como instinto creativo-advinatorio desarrollado en el transcurso de la evolución" (p. 85).

Correlato necesario de todo lo dicho en líneas anteriores son las transformaciones en las formas de abordar el mundo y el universo, las cuales desafían la sólida seguridad de las disciplinas humanas, sociales y científicas en su diferencialidad y verticalidad: se imponen los grandes cortes horizontales y transdisciplinarios, de los cuales, y ya desde hace décadas, forma parte de la semiótica:

"La semiótica, imaginada de esta manera, ofrece posibilidades de entendimiento a la naturaleza estrictamente relacional del cosmos y torna insuficientes a las posturas tradicionales polarizadas por la modernidad. La semiótica, doctrina de la semiosis, pero ante todo, lógica irreductible de las relaciones concibe el universo como el ambiente donde conceptos antiguamente contradictorios parecieran encontrarse en una unidad mística" (p. 201).

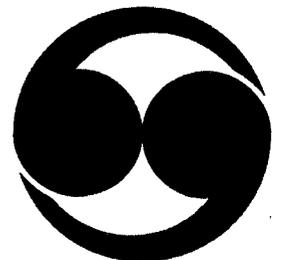
Enfrentar la deriva, la aceleración del tiempo, el tiempo sin historia; refrenar las

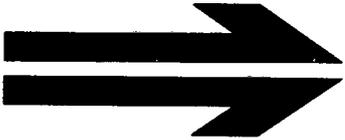
ansias proyectivas, las explicaciones definitivas; proponer un conocimiento consciente de su provisionalidad; una disciplina capaz de proveerlo; una episteme para un nuevo orden, el orden semicentrista, el cual:

"(...) apunta en primer lugar hacia la reivindicación-disforia; hacia un modelo de conocimiento cuyo centro está ocupado por el signo, es decir, por una entidad, más bien un proceso, la semiosis, que no tiene centro" (p. 20).

Desde luego, intentos de tanta ambición y complejidad como los que propone Esté en esta suerte de compendio, profecía y manual, no son nuevos. Podría argüirse aquí, desde la perspectiva de una visión muy extendida sobre el problema de la postmodernidad, que este tipo de aspiraciones totalizantes -la de Aquiles Esté lo es y está acompañada del absolutamente informativo y convencido tono del autor- son la nueva cara de ciertas radicalidades muy modernas que intentaron prefigurarse como nuevos paradigmas del saber, asentadas en el prestigio de la ciencia frente al pensamiento humanístico y social, demasiado preocupado por los sujetos de la comunicación, en lugar de por las condiciones y características de flujo de información. Y olvidar al sujeto -tantos y tan distintos- suele convertirse en un encubrimiento de las condiciones concretas de la vida, encubrimiento que difícilmente se puede negar, así sea en nombre de nuevos paradigmas cognoscitivos. Pero, al mismo tiempo, y sin optimismo o pesimismo alguno, abrir una compuerta por los caminos del signo es siempre abrirse al reino de lo posible más allá del reino de lo real existente, situación distinta, por lo menos en principio, a perspectivas reductoras desde el punto de vista biológico, sociológico, cultural, psíquico o económico. Finalmente: ¿no es la posibilidad de interpretar, de producir significados, lo que nos hace felices o feroces frente a lo nuevo o lo viejo? ¿No es la vía para entender que todo saber es válido y tiene sus privilegios? ¿No es la razón para sentirse arte y parte de la "Cultura replicante"?

■ Gisela Kozak Rivero





TVN-5 NUEVO CANAL UNIVERSITARIO

Según el remitido REFORMA (Año 2, n. 011, sept. 98) de la Universidad Nacional Experimental Simón Rodríguez, TVN-5 pasará a ser Canal Universitario. Esta nueva designación de "Canal Universitario", fue acordada el 11 de septiembre pasado entre Venezolana de Televisión y la Universidad Experimental Simón Rodríguez, con el objeto de ofrecer nuevos servicios, preferentemente educativos. Muy pronto, y con un horario comprendido entre la seis de la mañana y la una de la tarde, de lunes a viernes, y de seis a once de la mañana los sábados, el Canal Cinco se transformará en un "Canal Universitario" con el objeto de dar educación formal a nivel de escuela básica y universitaria (pregrado y postgrado); brindar educación no formal, tanto para la actualización, como para la capacitación en áreas puntuales que demande el mercado laboral, y para atender las necesidades de actualización, capacitación y forma-

ción de la población joven y adulta de Venezuela, así como las necesidades del sector que labora en los diferentes entes del Estado. Según el Rector Andrés Pastrana, los principios básicos que regirán el funcionamiento y la programación del canal serán la formación y capacitación de maestros en servicio, así como la formación de recursos humanos que solventen necesidades prioritarias de carácter nacional y cualquier otra labor de capacitación educativa que resulte beneficiosa tanto para las comunidades como para esta alianza. Por su parte, Fernando Miralles, Presidente de Venezolana de Televisión, recordó que la función del canal 5 ha sido desde un principio la de un canal netamente educativo, y agregó que luego de fructíferas conversaciones se ha tenido la excelente oportunidad de llevar a cabo lo que se ha llamado la "Universidad en el Aire". De esta forma se trata de potenciar, según dichos dirigentes, "la Educación Vir-

tual", enmarcada dentro de los proyectos de la Universidad, y compuesta por la "teleclase", transmitida a través de la televisión y dictada por un profesor experto, acompañado de material instruccional elaborado en forma impresa y electrónica. En el otro extremo, se encuentra el estudiante, quien cuenta con apoyo tanto académico como administrativo, a través de cofacilitadores que, conjuntamente con el profesor líder, conforman una red académica de instrucción y formación. Según el Rector Pastrana, a la vez que se amplían los procesos de admisión para unos 15 estudiantes, se prevé la preparación de 180 mil maestros y 50 mil directores, en planteles que están esperando la iniciación de estos cursos. Además se firmarán convenios con diferentes organismos públicos y privados para brindar adiestramiento no sólo con miras a la profesionalización, sino también para lograr la capacitación de todos los recursos humanos necesarios ■

LOS GRANDES DE LA COMUNICACIÓN GLOBAL Y HEMISFÉRICA

La revista norteamericana *Variety*, en imitación de *Fortune*, lleva cuatro años editando la lista del medio centenar de las corporaciones más grandes del mundo en esas actividades económicas. Algunas de ellas operan mundialmente, y otras se concentran sobre todo en el continente americano. Según esta lista de gigantes, cuyos presupuestos son mayores incluso a varios países del mundo, los cinco primeros son los siguientes: 1) Time Warner, con

sede en Nueva York, comandada por Gerald Levin. Incluye los estudios Warner y la cadena televisiva estadounidense NBC. Lidera el ranking de televisión por suscripción, y tiene un flujo de caja por el orden de los cinco millardos de dólares. 2) Walt Disney, con sede en Burbank. Además de las producciones cinematográficas y las licencias sobre subproductos de sus figuras, tiene la cadena ABC, el canal deportivo ESPN y numerosos parques de atracción repartidos por

el mundo. 3) Viacom, con sede en Nueva York, dueña de MTV, Blockbuster Video, Nickleodeon, Showtime y Paramount Pictures. 4) News Corp., holding del magnate australiano Rupert Murdoch, al que pertenece Fox con todas sus divisiones, y diversos medios audiovisuales impresos en Australia, Estados Unidos y Gran Bretaña. 5) Bertelsmann, propietario de la editorial Random House y el sello disquero BMG, que a su vez agrupa 200 disqueras más ■



UNA MUJER AL FRENTE DE LA UCIP

Según la Agencia Zenit, por primera vez en la historia una mujer ha sido elegida presidente de la Unión Católica Internacional de Prensa (UCIP). Se trata de Theresa e Chooei, de origen malayo, quien ejercerá ese cargo durante el próximo trienio. Chooei fue elegida gracias al apoyo de los miembros americanos y asiáticos de esta institución que agrupa a doscientos mil profesionales del planeta. Su nombramiento pretende ampliar la dirección de la institución que tradicionalmente ha sido coordinada por periodistas europeos. La primera mujer en conducir los destinos de la UCIP ganó en la segunda vuelta tras obtener 101 votos de los 182 miembros con derecho a sufragar. El millar de participantes en el Congreso Mundial, realizado en la sede parisina de la UNESCO, ratificó la necesidad de crear dos nuevas federaciones que se sumarán a las ocho ya existentes, por lo que votaron favorablemente la moción en favor del nucleamiento de los fotoperiodistas

y la incorporación de la federación de libros y lectores. Durante la Asamblea General, los miembros aprobaron por unanimidad y mayoría, respectivamente, dos resoluciones presentadas por los participantes. La primera de ellas, sin objeciones, planteó la urgencia de solicitar la cancelación de las deudas impagables debidas por las naciones más pobres del mundo como una etapa fundamental para la construcción de una paz estable hacia el principio del Jubileo 2000. En tal sentido, se invita a todos los integrantes de la Unión a desarrollar programas que favorezcan la cancelación de las deudas debidas a las naciones acreedoras más ricas y a reestructurar los nuevos programas de asistencia internacional. Por tal motivo, la UCIP asume su compromiso en favor de los sectores más pobres de la sociedad internacional que están desprovistos de asistencia médica de base, de educación y de condiciones de vida decentes. Esto lleva a promover la cancelación de las

deudas de las naciones más pobres en acuerdo con las ideas de Juan Pablo II y de la comunidad católica, reiteraron sus miembros. La otra propuesta aprobada por el plenario reclama que se ponga punto final a las situaciones de violencia y persecución religiosa en Indonesia, India, Pakistán y Macao. Se consideró muy importante ampliar los fundamentos del llamado dirigido a los gobiernos de cada uno de estos países. (La Agencia Zenit, cuya página puede encontrarse en <www.zenit.org>, ofrece un servicio internacional de noticias, vinculadas al mundo católico, y para suscribirse basta enviar un mensaje a <espanol-reques@zenit.org> con la palabra SUBSCRIBIR en el renglón de "subject". Para quitarse de la lista basta con enviar a la misma dirección la orden UNSUBSCRIBE en el renglón "subject". La agencia permite la reproducción total o parcial, siempre que se cite la fuente ZENIT, y la publicación no implica ningún compromiso ■

PERIÓDICOS DE CALLE: UN PERIODISMO SINGULAR

Los periódicos de calle surgieron en Estados Unidos. La idea era que la revista sirviera como instrumento de reinserción a personas que habían llegado a la situación de exclusión social severa. Resultaron un excelente medio de integración social, no sólo porque se conseguían unos ingresos económicos, sino porque esas personas recuperaban la relación con la gente. En Europa, la primera revista de calle fue "Big Issue", creada en 1991, que copió la idea de los EE.UU. y contó con el apoyo de Body Shop y Mark and Spencer. Surgió como proyecto social llevado adelante por trabajadores sociales y psicólogos. En ese momento Londres era una ciudad invadida por los "homeless", personas que vivían entre cartones en los parques, los sin techo. Gracias a la revista, muchas de esas personas empezaron a ganar dinero suficiente como para vivir en pensiones o en viviendas conseguidas a través de este programa de reinserción. Por iniciativa de "Big Issue", se creó la International Network of Street Papers (INSP), Red Europea de Periódicos de Calle, cuya sede central está en Londres. Hoy pertenecen a esta red 22 revistas de 15 países, que deben seguir unos principios éticos que garanticen su labor social. Para que una revista

forme parte de la red, debe pasar una auditoría tanto económica como social, cuyo resultado debe ser que todo el beneficio redunde en un proyecto social. Una vez hecho el informe, los resultados se envían a las otras revistas de la red y en una reunión anual se decide si se acepta al nuevo miembro. Las revistas que pertenecen a la red INSP son las siguientes: la principal, "Big Issue" de Inglaterra, que tiene medios homónimos en Australia, Irlanda, Sudáfrica, Noroeste de Inglaterra y Escocia; ASPHALT, HINZ UND KUNZT, TAGESSATZ, MONTAN CO. y BISS de Alemania; CAIS de Portugal; DAS MEGAPHON de Austria; FLASZHTER de Hungría; DIE ROTTERDAMSE SATRAAKRANT y STRAATNLEUWS de los Países Bajos; LA RUE de Francia; TERRE DE MEZZO de Italia; LES BAN FONDS de Rusia; SITUATION STHLM de Suecia. En España la experiencia de TAMBIEN CONTAMOS ha partido de un equipo de periodistas, asistentes sociales, psicólogos y personas sin ingresos suficientes para vivir. Con el objeto de lograr la legitimación social se ha creado la Red de Apoyo a la Inserción Sociolaboral (RAIS), y se ha puesto en marcha el programa Alternativa para la Inserción Sociolaboral mediante

la venta de un periódico de la calle, avalado por la Asociación Pro Derechos Humanos y financiado por la Comunidad de Madrid. La directora de la revista Carmen Sacristán, en unas declaraciones a la revista española VIDA NUEVA (2150), ha precisado que "no es lo mismo hacer negocio que realizar un proyecto social. Con la excusa de dar dinero a quien lo necesita, hay que gente que ha hecho mucho dinero. Nosotros hacemos un proyecto social. Las personas que reciben este salario social son incluidas en proyectos de formación y atención social para intentar que salgan por sí mismas de la situación en la que se encuentran". Además de la venta de la revista, RAIS ofrece la posibilidad de realizar cursos de formación para facilitar la reinserción laboral y apoyo psicológico a las personas con trastornos mentales. La Red Internacional de Periódicos de la Calle cuenta con una Carta, cuyos artículos dicen lo siguiente: 1) Promover que las personas excluidas se ayuden a sí mismas, dándoles la oportunidad de ganarse la vida y facilitando su integración a través de acciones de inserción social. 2) Utilizar todos los beneficios que la revista genere para financiar el programa de acción social. Con el fin de conseguir una transparencia financiera,

cada revista expondrá su contabilidad anual a una auditoría realizada por una organización independiente, aceptada por la Red Internacional. Posteriormente publicará los resultados. 3) Dar voz a los vendedores de la revista y defender públicamente sus intereses y los de todos los socialmente excluidos. 4) La revista tiene que ser de calidad, de tal manera

que los vendedores se sientan orgullosos de venderla y los lectores satisfechos de comprarla. Sólo esta clase de producto de calidad romperá el ciclo de dependencia en que se encuentran y permitirá salir de la asistencia y la mendicidad, aumentando su autosuficiencia y capacidad de acción. 5) Llevar a cabo una forma de operar socialmente responsable, en

su línea editorial, en su política de recursos humanos, en su relación con los vendedores y en el respeto al medio ambiente. 6) Apoyar la creación de otras revistas de la calle, que compartan la misma filosofía, y que se propongan firmar la carta de periódicos de la calle. 7) No competir con otros miembros firmantes de la carta en su zona de venta establecida ■

PREMIOS MUNICIPALES DE CINE 1998

La Comisión de Cultura del Municipio Libertador, a través del jurado calificador del Premio Municipal de Largometraje 1998, conformado por Cristina Fuentes, Luis Ricardo Tirado, Philippe Toledano, Miguel Angulo y Livio Quiroz, luego de considerar las siguientes películas: "Una vida y dos mandados" de Alberto Arvelo, "Piel" de Oscar Lucien, "La voz del corazón" de Carlos Oteyza, y "Amaneció de golpe" de Carlos Azpúrua, decidieron otorgar los siguientes premios: Mejor película a "Una vida y dos mandados"; Mejor dirección a "Amaneció de golpe"; Mejor guión a José Ignacio Cabrujas por "Ama-

neció de golpe"; Mejor actriz a Elba Escobar por "Amaneció de golpe"; Mejor actor a Héctor Myerston por "Amaneció de golpe"; Mejor jefe de producción a Liz Mago por "La voz del corazón"; Mejor dirección de arte a Angelo Fong por "Una vida y dos mandados"; Mejor fotografía a Andrés Agustí por "Una vida y dos mandados"; Mejor música original a Nascuy Linares por "Una vida y dos mandados"; Mejor sonido a Victor Lucker por "Amaneció de golpe"; Mejor montaje a María Luisa de la Ville y Carlos Cacho Briceño por "Una vida y dos mandados", y la Mención Especial para el niño Jordany Montilla por su

actuación en "Una vida y dos mandados". El filme de Carlos Azpúrua no solamente ha obtenido cinco premios, sino que además está contando con el favoritismo en las pantallas, ya que en su primera semana de exhibición recaudó 45.158.350 bolívares, con unos 25 mil espectadores. La coyuntura electoral, en la que interviene como candidato el comandante Chávez, uno de los artífices de la intentona golpista, y la proximidad de un acontecimiento, cuyos actores políticos están en la contienda comicial, ha favorecido, sin duda, el interés por el film, más allá de su factura aceptable y su buen sonido ■

HOMENAJE AL DOCUMENTAL: TESTIMONIOS, MEMORIA Y ALGO MÁS

Del 7 al 13 de septiembre se realizó un evento consagrado a la memoria del documental venezolano, bajo la organización de FUNDAVISUAL LATINA y la FUNDACION CINEMATICA NACIONAL. A lo largo de una semana se exhibieron los documentales venezolanos y latinoamericanos más significativos, a la vez que dictaron varios talleres sobre dramaturgia, dirección, técnicas corporales de cámara en mano, etc. y se organizaron tres foros sobre el futuro del documental latinoamericano, la televisión como difusor del documental y la crisis del documental en Venezuela. En una reseña sobre el evento, la historiadora del cine Ambretta Marrosu consigna que en esta década se ha dado "un descenso en la producción de

documentales, iniciado drásticamente en 1987". Y al respecto se pregunta: "¿cuánto en este fenómeno, se debe a la falta de estímulo económico y cuánto al temor que se experimenta hoy en día ante la realidad?". A su juicio, no se puede decir que el estancamiento responda a un agotamiento del género, pues en los 90 se mantiene algunas líneas de trabajo, aunque con menos espectacularidad. Este el caso del documental histórico inaugurado por "Juan Vicente Gómez y su época" de Manuel de Pedro (1976), con la reelaboración historicista o nostálgica de material de archivo -"El misterio de los ojos escarlata"; "Crónicas ginecológicas", "Rómulo Betancourt, génesis y vigencia"; "Isafas Medina Angarita, soldado de la libertad; y

López Contreras, la transición". En otro tenor más estético están las producciones de Andrés Agustí y Jacobo Penso, a la vez que se inaugurada el estilo pseudoetnográfico con la "La otra banda" y "Tapiales". También reaparece el país con las propuestas urbanas de Carlos Caridad Montero -"Sólo nosotros y los dinosaurios"-, y Rafael Marziano -"El camino de las hormigas". En medio de estos aires nuevos, la historiadora del cine se pregunta "si dos cosas tan dispares como el ejemplo del viejo cine pobre de los 60, y los esfuerzos por conquistar una parcela televisiva, bastarán para evitar que el documental venezolano acabe enterrado vivo". La respuesta de los jóvenes ante el evento nos hace sospechar que aún hay documental para largo ■



DECLARACIÓN FINAL DEL FORO INTERNACIONAL: COMUNICACIÓN Y CIUDADANÍA

CARTA DE CUSCATLÁN

San Salvador, El Salvador, 9-11 de septiembre de 1998

Al celebrar el cincuentenario de la Declaración Universal de Derechos Humanos nos reunimos en El Salvador en el Foro Internacional Comunicación y Ciudadanía para reafirmar el derecho a la comunicación como condición necesaria para la construcción de una democracia basada en la diversidad étnica-racial y en la equidad entre mujeres y hombres, promoviendo la justicia y respeto a la dignidad humana.

El mundo contemporáneo se caracteriza por el desarrollo de tecnologías que abren la posibilidad de una comunicación universal. Sin embargo, estas tecnologías están concentradas en los mismos grupos que controlan el poder económico, político y hegemonizan los medios de comunicación social a nivel mundial. Esto trae como consecuencia la exclusión selectiva del desarrollo humano de un alto porcentaje de la población del planeta.

Bajo el predominio del mercado y el dogma de la ganancia, lo que prevalece es la capacidad de expansión del capital monopólico a cuyo paso se pretende ahogar a medios de comunicación alternativos y comunitarios, al igual que a pequeñas y medianas empresas de comunicación.

Las tendencias dominantes en curso subordinan el carácter social de la comunicación al poder económico y avanzan en contrasentido a una de las conquistas más importantes de la humanidad: el derecho a la información y a la libertad de expresión cuyo ejercicio pleno requiere una pluralidad de fuentes, una pluralidad de medios de información y su gestión democrática y transparente.

La economía de mercado ha logrado una dominación de lo económico sobre lo político cuya consecuencia es que los hombres y las mujeres sean considerados únicamente como consumidores y no como personas con derechos al libre ejercicio de la ciudadanía plena.

Un criterio universalmente aceptado es que la democracia se consolida con la participación ciudadana, para lo cual es indispensable que los diversos sectores sociales, además de estar debidamente informados, cuenten con sus propios medios para generar procesos de comunicación que contribuyan al fortalecimiento y desarrollo de movimientos sociales. Los medios locales, regionales y nacionales deben privilegiar la calidad de forma y contenido para visibilizar los asuntos importantes que determinan la vida cotidiana de la ciudadanía. Esto implica que la sociedad civil participe en el reparto del espectro radioeléctrico, en el acceso de las ondas de banda

satelital, en el uso de las nuevas tecnologías, en el mantenimiento de los medios alternativos; que los pueblos indígenas implanten sus propios medios en idioma propio, entre otros.

En tal sentido, nos adherimos a los compromisos emanados de las distintas conferencias internacionales: Bangkok (1994), Toronto, Beijing (1995), y respaldamos la petición a las Naciones Unidas formulado en el "Foro Viena+5" para que convoque a una Conferencia Mundial de la Comunicación, garantizando una amplia participación ciudadana, con el mandato de analizar y sustentar el reconocimiento del Derecho a la Comunicación para la consolidación real de nuestras democracias.

Así mismo, nos sumamos a la iniciativa que nació de la Carta de Comunicación de los Pueblos para realizar un Congreso Mundial sobre Medios y Comunicación que se propone articular un movimiento social planetario para retar la nueva ortodoxia de la dominación del mercado en el ámbito de la comunicación.

Ratificando nuestro compromiso con la vigencia plena del derecho a la ciudadanía, que motivó nuestra presencia en este Foro, asumimos la responsabilidad de apoyar y contribuir al desarrollo de un amplio movimiento ciudadano por la democratización de la comunicación ■

IV CONGRESO LATINOAMERICANO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, ALAIC 98

Del 11 al 16 de septiembre en el campus de la Universidad Católica de Pernambuco se realizó el encuentro interanual de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, en el que participaron tres representantes por Venezuela: Migdalia Pineda (Universidad del Zulia), Marcelino Bisbal (Universidad Central y postgrado de la UCAB) y Jesús María Aguirre (UCAB y Centro Gumilla). El evento además formaba parte del XXI Congreso Brasileño de Ciencias de la Comunicación (Intercom 98), que este año abordó la misma temática de la "Identidad y fronteras de las Ciencias de la comunicación".

La apertura se realizó en el auditorio Antonio Vieira de la Unicap con dos discursos significativos del Rector de la Universidad T. Peter, s.j. sobre el papel de las Universidades Católicas en los procesos de desarrollo, y un discurso evocativo del investigador Luis Ramiro Beltrán sobre la creación e historia de

ALAIC. En esa oportunidad se lanzaron dos libros: "Itinerario de Luis Beltrán" (Investigador, ya fallecido, del Unicap) y "A trayectoria comunicacional de Luiz Ramiro Beltrán", uno de los fundadores de Alaic.

El primer día, sábado 12, en el marco del Teatro de Centro de Convenciones de la Universidad Federal, el tema expuesto y discutido fue el de las identidades y fronteras de las ciencias de la comunicación. La ponencia central correspondió al profesor Jesús María, quien expuso una retrospectiva del desarrollo interdisciplinar del pensamiento latinoamericano en Comunicación, sus avances e impasses.

El mexicano Guillermo Orozco de la Universidad de Guadalajara y el argentino Alejandro Grimson de la Universidad de Buenos Aires orientaron sus conferencias a cuestiones aplicadas en el ámbito de la televisión y de las culturas fronterizas.

Las conferencias de los panelistas fueron

seguidas por las actividades de los grupos de trabajo especializados en líneas de investigación como: Identidad y cultura urbana, medios de difusión y política, comunicación internacional, economía política de las telecomunicaciones, estudios de recepción, folkcomunicación, ética y comunicación, educación y comunicación, comunicación y medio ambiente, comunicación y salud, comunicación organizacional y relaciones públicas, telenovela y ficción seriada, teoría y metodología de la investigación, etc.

En la última jornada se celebraron las elecciones de la nueva junta directiva, que quedó compuesta por la presidenta Margarida Krohning (Brasil), primer vicepresidente Rossana Reguillo (México) y segundo vicepresidente Marcelino Bisbal (Venezuela). La información general sobre el evento puede encontrarse en la siguiente dirección web: <http://mty.itesm.mx/externos/alaic/home.html> ■



Acercas de la Ley de Telecomunicaciones

Durante el mes de agosto, la Cámara de Empresas de Servicios de Telecomunicaciones y el Comité por una Radiotelevisión de Servicio Público publicaron en la prensa nacional sendos comunicados en los que fijan posición sobre el Proyecto de Ley de Telecomunicaciones. Los reproducimos en esta sección para los lectores de COMUNICACIÓN

El Comité por una Radiotelevisión de Servicio Público. Alerta a la opinión pública

Sobre una manipulación más de nuestra debilitada democracia: el intento de hacer aprobar una nueva Ley de Telecomunicaciones dictada por intereses multinacionales duramente enfrentados entre sí, que ignora derechos y garantías constitucionales de los ciudadanos y lesiona gravemente la soberanía nacional.

Por su dimensión económica, importancia estratégica y capacidad de desarrollo, las telecomunicaciones se convertirán en la segunda fuente de riqueza del país, apenas después del petróleo. Una riqueza más fácil y hasta más codiciada que el oro negro, tras la brecha abierta con la privatización de la CANTV, un rotundo éxito económico para el comprador. Venezuela llegará al 2000, término de la concesión monopólica de su telefonía básica, con tarifas agiotistas y gran atraso tecnológico, poblaciones vecinas aún conectadas a precio de larga distancia y una densidad telefónica como la actual de Belice o Suriname, en flagrante e impune incumplimiento del Contrato de Concesión del 15-10-1991.

Las actividades en telecomunicaciones siguen siendo regidas, en Venezuela, por la "Ley Pocaterra" de 1940, un texto jurídico de avanzada en su época, hoy incapaz de responder al cambio tecnológico, a las desregulaciones y a la impostergable necesidad de garantizar democracia comunicacional. La idea de dotar al país de una nueva Ley de Telecomunicaciones es de por sí pertinente y oportuna.

La colectividad nacional no está tan sensibilizada a los complejos problemas de telecomunicaciones como lo está, a un nivel bastante adecuado y suficiente, en materia petrolera. Por su parte, el Poder Legislativo no dispone ni de la voluntad ni de los recursos para recabar opiniones técnicas sobre materias

que no entiende pero acerca de las cuales legisla. Poderosos grupos de presión explotan esta insensibilidad e ignorancia, que se traduce en irresponsabilidad y complicidad, para lograr se apruebe a hurtadillas una nueva Ley de Telecomunicaciones contraria a los más genuinos intereses de un país aún soberano, a cuyos gobernantes exigimos decoro y mejor capacidad de negociación.

En estas semanas, una restringida e inaccesible comisión mixta elaboraba un proyecto tras otro de la nueva Ley de Telecomunicaciones, en medio de un silencio típico de sociedad manipulada, sólo roto de vez en cuando por "noticias" mayoritariamente consuetudinarias por las "comunicaciones corporativas" de las partes en juego y difundidas por columnistas-portavoces de sus mismos intereses. Extraños hechos, obviamente relacionados con aquel Proyecto, se producían mientras tanto: el Presidente de Conatel (ente público) presentaba públicamente un primer Proyecto de Ley que resultó ser el elaborado por Conintel (ente privado), despedía a los consejeros jurídicos, pero era a su vez despedidos (junto con el Ministro de Comunicaciones) por decisión de Miraflores. La discreción del grupo redactor fue exitosamente global: ni siquiera la Comisión de Medios del mismo Congreso (vitalmente interesada en la materia) fue consultada. Dicho Proyecto produjo un impasse entre los codiciosos grupos privados mayoritariamente representados en la Comisión mixta, lo que ha impedido hasta ahora aprobar la Ley.

Ahora ¿qué opina la opinión pública nacional sobre semejante comisión y los procedimientos que está adoptando para "sacar del sombrero" en secreto, y a oscuras, la ley económicamente más relevante del país después de la petrolera?

Habida cuenta del potencialmente catastrófico silencio que rodeaba los trabajos de dicha comisión, y atendiendo a sus Estatutos, el comité por una Radiotelevisión de Servicio Público, RTSP, decidió asumir la defensa del Usuario y de ciertos intereses nacionales juzgados innegociables, introduciendo ante dicha Comisión el 25 de mayo de 1998, un breve pliego de siete solicitudes. Pedimos: 1) un preciso glosario terminológico encabezando la nueva Ley; 2) una explícita declaración de inalienabilidad de los recursos de dominio público; 3) la presencia de un Representante de los Usuarios en la junta directiva del Organismo regulador; 4) la ausencia en el mismo de representantes de intereses de parte; 5) declarar "servicios universales" a la telefonía básica, b. el correo, c. la Radiotelevisión de Servicio Público; 6) reservar al Estado la planificación en telecomunicaciones, el plan nacional de distribución de frecuencias y ciertas reservas de dominio para defensa, seguridad, sectores estratégicos, navegación, servicios públicos, etc.; y 7) predisponer el asiento jurídico para el advenimiento de una Ley de Radiotelevisión moderna y democrática que reserve el espacio debido a los Servicios Públicos de Radiotelevisión.

RSTP nunca recibió respuesta de la Comisión de Administración y Servicios de Diputados, porque es evidente que el Proyecto de Ley no es producto de una amplia y democrática consulta nacional, sino la expresión de un "consenso" construido entre grupos corporativos nacional y transnacionales y partidos políticos, los cuales han dejado al margen de la discusión a usuarios, Organizaciones No Gubernamentales y otros sectores representativos de la sociedad civil.

Sin comunicaciones abiertas, plurales y

equitativamente distribuidas, garantizadas por un sector público nacional fuerte y ejemplar, no hay verdadera democracia. RTSP no pide lo imposible o lo anacrónico, ni cultiva ocultas vocaciones autoritarias. Exige decoro y capacidad de negociación: que el futuro órgano regulador tenga tanto poder efectivo como la FCC estadounidense y que los

concesionarios o aspirantes a tales acepten que Venezuela se dé soberanamente una definición de Servicio Universal tan buena como la francesa o norteamericana. Aún no somos colonia ni protectorado.

Seguiremos luchando, por todos los medios a nuestro alcance, para que una nueva Ley de Telecomunicaciones sea expresión y re-

sultado de un amplio debate nacional, para que todas las partes sean escuchadas y el maltratado Usuario venezolano tenga alguna capacidad de decisión en el vital sector de la comunicación humana. Hacemos un llamado a otras Organizaciones No Gubernamentales del país a incorporarse a este esfuerzo (*El Nacional*, D-7, 24 de agosto de 1998) ■

Cámara de empresas de servicios de telecomunicaciones. Reforma de la Ley de Telecomunicaciones: rescatar el consenso (16-8-1998)

Por una legislación para la apertura: Las empresas que conforman la Cámara de Empresas de Servicios de Telecomunicaciones (CASETEL), queremos expresar públicamente nuestra posición sobre la necesidad de aprobar una nueva Ley de Telecomunicaciones, que responda a los requerimientos actuales del sector, en función del proceso de apertura total de las telecomunicaciones que tomará plena vigencia en el año 2000.

Por un país activo y progresista: El sector de las telecomunicaciones es el segundo en importancia para la economía venezolana, sólo superado por el petrolero en su colaboración al PIB, y el de mayor crecimiento en los últimos años. Su relevancia para el desarrollo del país, así como su inserción efectiva en los mercados internacionales, exige mayores inversiones y la expansión de la infraestructura que logren posicionar a Venezuela como uno de los países más activos y progresistas de América Latina.

Por un piso sólido y transparente: Para que eso sea posible, es crucial contar con una Ley de Telecomunicaciones moderna, acorde con las tendencias mundiales, y, sobre todo, ajustada a un esquema de libre mercado, que constituya un marco sólido, claro y transparente para generar la confianza de los inversionistas.

Nueve Principios Básicos: Así, una nueva Ley de Telecomunicaciones deberá contemplar principios básicos que garanticen la estabilidad y el crecimiento del sector en los próximos años, tales como: a) disminución del excesivo intervencionismo estatal y la prevalencia de las fuerzas del mercado para regirla; b) libertad de precios de los servicios, excepto en situaciones en las que exista abuso de la posición dominante de un operador; c) un Ente Regulador altamente técnico y pro-

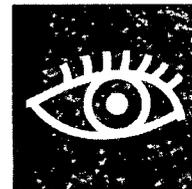
fesional, fortalecido con independencia financiera, funcional, administrativa y normativa; d) neutralidad, objetividad y divulgación de las decisiones administrativas; e) uniformidad de criterios en la fijación de los procedimientos de adjudicación de permisos o autorizaciones, a fin de garantizar la igualdad de trato para todos los operadores; f) establecimiento de negociaciones bilaterales y de arbitraje, en materia de interconexión con la participación del ente Regulador sólo cuando exista desacuerdo entre las partes, así como la fijación de los cargos de interconexión con base en costos; g) la racionalidad tributaria como estímulo de las inversiones; h) la creación de subsidios directos para las obligaciones de Servicio Universal, a través de la creación de fondos Especiales, constituidos con aportes tributarios del propio sector al Ente Regulador; i) respeto a los acuerdos contractuales celebrados con anterioridad y a los derechos previamente adquiridos por los operadores.

Oposición al actual Proyecto: El Proyecto de Ley elaborado por la Comisión de Administración y Servicios de la Cámara de Diputados, no recoge los principios básicos que puedan garantizar la continuidad y crecimiento del sector hacia el nuevo siglo. De allí, nuestra férrea oposición a la aprobación de una Ley que no reúna criterios fundamentales como los descritos.

Por el diálogo y el consenso: Ahora bien, si por iniciativa de la Comisión de Administración y Servicios de la Cámara de Diputados, se nos propusiera la revisión y reformulación del Proyecto de Ley de Telecomunicaciones para adecuarlo a los principios fundamentales que deben regir al sector frente a la apertura y al régimen de libre competencia, la Cámara de Empresas de Servicios de Tele-

comunicaciones (Casetel) estaría, como lo ha estado a lo largo de todo el proceso de discusión, abierta a un diálogo serio y transparente, con la participación de todos los sectores, a favor de una nueva Ley que convierta a Venezuela en una potencia latinoamericana en telecomunicaciones. El consenso logrado después de cuatro meses de trabajo mancomunado, podría verse amenazado nuevamente si a última hora se actúa con precipitación en una materia de tan alto interés nacional.

Los 54 asociados activos: Asociados Espada, Busca Personas Móvil, C.A. Elca, C.A.N.T.V., C.A.N.T.V. Servicios, C-COM, CNH Communications de Venezuela, COMPU SERVE de Venezuela, COMSAT Venezuela, Comunicaciones IURIS RED, DIGITEL, ELDISH Marketing, ELECTROMAXON de Venezuela, ENIAC, Ethern Services, Fastlink Communications, Find a Person, Global ONE, Telecomunicaciones, Globalstar, I.B.M. de Venezuela, INFOLINE, INFOSAT, INGEDIGIT, Interamerican Net de Venezuela, Internet Comunicaciones, IRIDIUM Venezuela, MCI de Venezuela, MOTOROLA, PAGECOM, QUORUM Telecom, R.G.V. Sistemas Electrónicos, Radio Contacto, Radio Contacto Oriente, radio Móvil Digital, RADIOFON, Rent a Beep, RSL COM, Servicios Omnes de Venezuela, TELCERL, Tele Express Esparta, Telecomunicaciones AMERICATEL, Telecomunicaciones BANTEL, Telecomunicaciones IMP-SAT, Telecomunicaciones MOVILNET, Telecomunicaciones MOVILNET, Telecomunicaciones NetPoint de Venezuela, Telecomunicaciones Skytel, TelKontacto, Telemarcadas Guanipa, Telemarcadas, Telemática Internacional, TICA, Telemensajes Metropolitanos, Telemensajes Occidente, Texcom Telecomunicaciones, True Vision ■

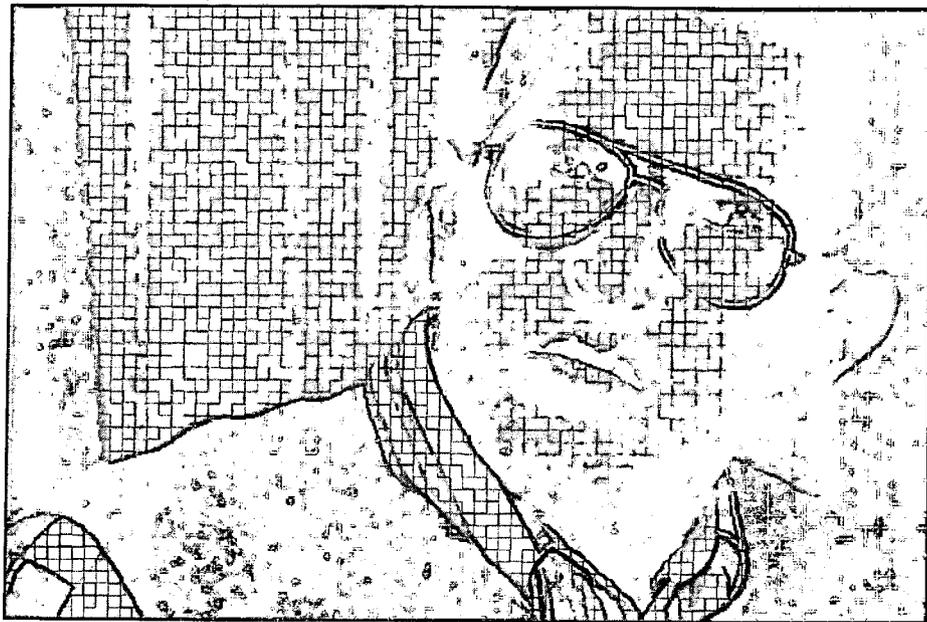


Análisis del discurso político de Hugo Chávez Frías

Gesta de un mesías

■ Iria Puyosa

Las elecciones de 1998 lucen como la oportunidad de que Venezuela dé algunos pasos hacia la institución de la gobernabilidad en nuestra sociedad. Las opciones electorales indican vías tendientes a la reinención del Estado (Chávez, Salas Römer, Fermín, Miguel Rodríguez). No obstante, paralelamente se está produciendo un proceso—que creemos irreversible—de reinención de la ciudadanía, génesis de una sociedad civil ampliada. En este contexto es que resulta interesante leer los discursos de los aspirantes a la Presidencia de la República, especialmente de Hugo Chávez Frías, quien aún en caso de perder en los comicios—resultado que sólo ocurriría por un estrecho margen— seguirá gravitando como uno de los líderes en el proceso de transformación social del país.



En cada generación se presentan coyunturas en las cuales acciones y discursos adquieren un cariz histórico; para nuestra generación estos hitos han sido el 27 de febrero de 1989 y el 4 de febrero de 1992: un estallido social y un intento de golpe de Estado. Evidentemente, manifestaciones de la crisis de un sistema político que ha perdido las condiciones de gobernabilidad, situación que lo sitúa en la necesidad de reinventar la ciudadanía

(recomponer la sociedad civil) y reinventar las formas del Poder (reformular el Estado) para ser capaz de satisfacer las demandas sociales cada vez más fragmentadas.

Estos planteamientos subrayan el hecho de que la pertinencia de este análisis se vincula con la problemática del rol de la acción comunicativa y la ética discursiva en la construcción de los consensos sociales, elementos fundamentales para instituir la gobernabilidad, sobre todo desde el punto de vista de la ciudadanía.

LÍMITES DE UN ANÁLISIS DE DISCURSO

La problemática de la importancia social y política del lenguaje se encuentra bajo la tensión de la infravaloración o de la sobrevaloración. A pesar de los avances teóricos y metodológicos que vienen consolidando el trabajo en la disciplina de análisis de discurso, aún subsiste un desbalance subjetivo en cualquier ensayo que emprendamos; por esto consideramos necesario esbozar algunos apuntes sobre los límites de esta tarea que nos gusta emprender como comunicadores sociales, dentro de una perspectiva ética en la cual libertad/responsabilidad integran un matrimonio indisoluble.

Un supuesto básico de nuestra perspectiva de análisis es que el actor quiere decir lo que dice y que nosotros como auditorio debemos entenderlo en coherencia con su propio contexto discursivo. Falsear una interpretación incorporando elementos ajenos al discurso manifiesto y ni siquiera subyacentes en su intencionalidad es una transgresión del orden de convivencia social que en el caso de Hugo Chávez se ha producido sistemáticamente por parte de sus detractores pero también de sus adeptos. Esperamos no ser también transgresores de estos límites en nuestro análisis, aunque sabemos inevitable su sujeción a una definición ideológica propia.

En consonancia con la lectura ideológica, otro factor límite en un análisis de discurso es la elección del corpus; ni el mayor grado de exhaustividad permite llegar a la neutralidad. Ya lo dice Marie Laure Ryan —aunque comentando la analogía entre hipertextos y textos literarios—, “cada lectura particular de un texto no-electrónico resalta episodios diferentes, eslabones de imágenes diferentes, y crea un tejido diferente de significado”¹. De cualquier manera, en el aparte correspondiente explicitaremos el corpus referido para dejar al auditorio la posibilidad de confrontar este análisis con sus propios juicios relativos a este tejido de textos seleccionados.

Cuando Umberto Eco habla de los límites de la interpretación —en su caso literaria— señala tres maneras básicas de orientarse:

1. debe buscarse en el texto lo que el autor quería decir
2. debe buscarse lo que el texto dice (independientemente de las intenciones del autor)
 - con referencia a su coherencia

contextual y a los sistemas de significación a los que remite

3. lo que el destinatario encuentra
 - con referencia a sus propios sistemas de significación y/o con referencia a sus deseos, pulsiones, arbitrios.²

En este trabajo, quisiéramos que prevaleciera la orientación hacia aquello que el texto dice aunque procurando leer en las intenciones del autor; pero ya admitimos la posibilidad de que el análisis esté basado en los sistemas de significación propios.

SEMBLANZA DEL ACTOR

Hemos decidido caracterizar al actor político/discursivo Hugo Chávez Frías utilizando básicamente antecedentes manejados oficialmente por el Movimiento V República. Chávez nace en Sabaneta (Barinas), el 28 de julio de 1954, ambos padres eran maestros; tiene cuatro hijos y a la esposa no suele mencionarsele.

En su formación militar fue un estudiante destacado: en varios cursos ocupó el primer lugar de su promoción. En 1988, comenzando el segundo gobierno de Carlos Andrés Pérez, participó en el Curso Internacional de Guerras Políticas, en Guatemala. En 1989, comenzó estudios de maestría en ciencias políticas en la Universidad Simón Bolívar, pero nunca llegó a presentar su tesis. El MVR presenta a su candidato como deportista y artista destacado: campeonatos deportivos militares y poemas patrióticos engrosan el curriculum del ex comandante.

La vida política de Chávez comienza el 17 de diciembre de 1982, bajo la sombra del Samán de Güere, cuando funda el Movimiento Bolivariano Revolucionario (MBR-200). El 4 de febrero de 1991 comienza a planificarse formalmente la operación castrense que encabezaría justo un año después. Preso por rebelión militar en la cárcel de Yare escribe «Cómo salir del Laberinto», formulación conceptual del proyecto político del Movimiento V República.

TERRITORIO TEXTUAL

En el análisis del discurso de Hugo Chávez Frías decidimos remitirnos fundamentalmente a textos directamente enunciados por este actor, tratando en lo posible de no sesgarnos por declaraciones, cuya autoría no nos consta, que le han sido

atribuidas tanto por sus partidarios como por sus adversarios políticos e incluso por comentaristas calificables de neutrales. Por supuesto que estos otros discursos forman parte del contexto pertinente de este análisis y en algunos momentos será ineluctable su incidencia sobre la interpretación que estamos haciendo.

Los textos seleccionados son:

Declaración en cadena nacional de radio y televisión, 4 de febrero de 1992. (Transcripción extraída de la página web del Movimiento V República, dirección www.4f.org)

Entrevista en el programa **24 horas**, Venevisión, 3 de febrero de 1998. (Transcripción extraída de la página web del Movimiento V República, dirección www.4f.org)

Intervención en el Foro de la Asamblea Constituyente, organizado por el Ateneo de Caracas, 23 de septiembre de 1998. (Anotaciones I.P.)

Entrevista en el programa **Conversaciones con Alfredo Peña**, Venevisión, 30 de septiembre de 1998. (Anotaciones I.P.)

En todos los casos se trata de textos orales públicamente enunciados por Hugo Chávez sin que exista mayor peligro de manipulación o tergiversación por los interlocutores o los mediadores. Los dos programas de televisión fueron transmitidos en vivo, con la única posibilidad de manipulación derivada de la pericia del periodista entrevistador para condicionar la respuesta, riesgo conexo a todo diálogo público o privado. El Foro de la Asamblea Constituyente se produjo en condiciones claramente favorables para que el aspirante presidencial expresara sus ideas con la mínima mediatización, inevitable en el contexto proselitista de una campaña electoral. El caso más proclive a la coacción presente en el corpus es la declaración del 4 de febrero, no obstante Chávez ha suscritto plenamente este texto inicial, en oportunidades posteriores.

NACIMIENTO MEDIÁTICO

Para la gran mayoría de los venezolanos, el intento de golpe del 4 de febrero de 1992 aconteció en un espectáculo televisivo transmitido en cadena nacional. Por eso, la introducción de Hugo Chávez al escenario político tuvo una plataforma mediática de extraordinaria significación y un impacto discursivo directo en la población.

Es necesario recalcar las facultades genéticas de los discursos: el acto de decir

proporciona corporeidad a las realidades sociales. La breve alocución del desconocido golpista -sin negar la fuerza específica de la operación militar misma- resultó disparadora de otros discursos en los que se manifestó públicamente la crisis de legitimidad del Estado venezolano y la emergencia de nuevos actores sociales. Chávez ni inventó la crisis política ni señaló el camino de su resolución, pero indudablemente fue el primero que “dijo” (mas implícita que explícitamente) lo hasta entonces no dicho para la mayoría silente sólo conocedora de la expresión del voto.

No está demás recordar esas sencillas palabras:

“Primero que nada quiero dar buenos días a todo el pueblo de Venezuela y, este mensaje bolivariano va dirigido a los valientes soldados que se encuentran en el Regimiento de Paracaidistas de Aragua y en la Brigada Blindada de Valencia.

¡Compañeros! Lamentablemente... por ahora... los objetivos que nos planteamos no fueron logrados en la ciudad capital, es decir, nosotros aquí en Caracas no logramos controlar el poder. Ustedes lo hicieron muy bien por allá. Pero, ya es tiempo de evitar más derramamiento de sangre. Ya es tiempo de reflexionar, ya vendrán nuevas situaciones y el país tiene que enrumbarse hacia un destino mejor. Oigan mis palabras, oigan al Comandante Chávez, que les lanza este mensaje para que por favor reflexionen y depongan las armas, porque ya los objetivos que nos habíamos trazado a nivel nacional es imposible que los logremos.

¡Compañeros! Oigan este mensaje solidario, les agradezco su lealtad, les agradezco su valentía, su desprendimiento y yo, ante el país y la sociedad, asumo la responsabilidad sobre este Movimiento Militar Bolivariano.”

Al facilitar aquella anómala plataforma comunicacional para la arena del comandante prisionero al resto de los alzados, el propio Gobierno, las Fuerzas Armadas Nacionales y los medios de comunicación le dijeron a la opinión pública que ese era un hombre que debía ser escuchado. “Oigan mis palabras, oigan al Comandante Chávez”; las masas obedientes lo oyeron.

En este discurso, Chávez invitó a iniciar un tiempo de reflexión, un tiempo de incubación para crear las condiciones que les permitieran “controlar el poder”. Entretanto, para el auditorio descontento del sistema político venezolano este discurso

“

Falsear una interpretación
incorporando elementos ajenos
al discurso manifiesto y ni siquiera
subyacentes en su intencionalidad
es una transgresión del orden
de convivencia social que en el caso
de Hugo Chávez se ha producido
sistemáticamente por parte
de sus detractores pero también
de sus adeptos.

”

”

se resumió en una promesa de cambio social. La expresión “por ahora...” se resemantizó hasta el punto de adquirir un sentido de protesta y de proposición de cambio social. Alguien ofrecía un destino mejor. La credibilidad del mensaje se magnificó por el hecho de que Venezuela era un país sin responsables, con un ex Presidente que decía haber sido engañado por la banca internacional, un gabinete económico que decía seguir las recomendaciones del Fondo Monetario Internacional y un ministro de Relaciones Exteriores que se desmayaba ante las cámaras de televisión después de decir “no puedo”; entonces aparecía alguien y de manera insólita decía: “yo, ante el país y la sociedad, asumo la responsabilidad sobre este Movimiento Militar Bolivariano”. En ese contexto, era casi lógico que ante un hombre que asumía la responsabilidad se gestara el mito; además, un mito con el mote de bolivariano.

TÓPICOS CHAVISTAS

Desde aquellos espectaculares videos irregularmente filtrados de la cárcel de Yare hasta sus últimas declaraciones públicas en el marco de la campaña electoral presidencial, Chávez ha mantenido una sólida coherencia semántica. Son pocos los tópicos del discurso chavista pero se mantienen consistentemente; por supuesto que sin llegar a profundizar demasiado en su comentario en razón de las

necesidades tácticas de una alianza electoral relativamente heterogénea y del mantenimiento de una base aún más heterogénea de adeptos aglutinados por el descontento social no por convicciones políticas o electorales.

El *leit motiv* del discurso chavista es la *Constituyente*. El comentario básico sobre este tópico es que cuando Chávez sea Presidente de la República convocará a una Asamblea Nacional Constituyente de la cual nacerá una nueva Venezuela. Tanto la reforma constitucional (cuya paternidad política ha sido adjudicada a Rafael Caldera), como los otros mecanismos de inicio de la convocatoria al poder constituyente (mandato del Congreso de la República e iniciativa popular) son desestimados dentro del discurso chavista. La Asamblea Constituyente chavista -sólidamente apoyada en preceptos de doctrina constitucional- debe tener prerrogativas plenas: es decir que tendrá facultad para suprimir al resto de los poderes públicos, explícitamente al Congreso de la República y a las altas magistraturas del Poder Judicial, también al Poder Ejecutivo pero de eso no se ha hablado.

El segundo tópico chavista - que aparece conectado al tópico *Constituyente* por la estructura de pensamiento lógico problema/solución- es la *corrupción* de la cual emana la propuesta del Poder Moral. Hugo Chávez afirma que “el fondo de la gran crisis venezolana es ético, es moral, la corrupción generalizada”. El comentario es “la situación venezolana llegó a tal grado de descomposición, de degradación ética y por consecuencia económica, política, jurídica, militar, social, etc. que aquí hay que ir a la raíz del problema, por eso nosotros seguimos proponiendo hoy, ahora que vamos a las elecciones, la misma propuesta que traíamos hace seis años el 4 de febrero, Asamblea Constituyente para limpiar la podredumbre y echar las bases de un nuevo poder que parta de una nueva ética que sea realmente democrática, igualitaria, donde impere la justicia, la libertad, la igualdad, la paz”.

El tercer tópico -mucho menos recurrido- comenzó a emerger en el discurso chavista sólo a partir de 1998, en buena medida por la presión de sus adversarios políticos; se trata de la *tercera vía económica*. Entre los retazos de este aspecto del discurso chavista se pueden destacar las siguientes ideas: “tenemos que levantar el nivel de productividad a través de la pequeña empresa, la microempresa, la

mediana empresa”; “tenemos una gran potencialidad agroalimentaria, nosotros debemos producir aquí lo que consumimos”; “hay que acabar con el modelo de *casas muertas*, hay que auditar a PDVSA, hay que ponerla bajo control”; “proponemos la reducción del gasto público por varias vías, primero acabar con la corrupción, que tiene un componente aproximado del 10 por ciento del gasto nacional, especialmente con esta llamada descentralización que ha triplicado el gasto burocrático, eso hay que recortarlo el gasto del Estado a través de la corrupción y en contra de la burocracia”; “nosotros planteamos la reconducción de la deuda, reducir ese gasto que llega casi al 40 por ciento del presupuesto nacional”.

ARQUETIPOS HEROICOS Y REFERENCIAS LEGITIMADORAS

Chávez emerge en el escenario político al develarse una crisis de legitimidad del liderazgo institucional, por lo tanto no es de extrañar que su estrategia incluya la autolegitimación invocando arquetipos heroicos.

La primera figura arquetipal dentro del discurso chavista es Simón Bolívar. No es necesario abundar en citas para señalar las referencias bolivarianas que plagan el discurso chavista. De todas las versiones de Bolívar que han sido usadas en la historia político-cultural del país, Chávez recurre especialmente a la versión de Padre de la Patria. En el Foro Constituyente conectaba la figura de Bolívar con la fundación de la República, el 5 de julio de 1811; sin detenerse en detalles como el rol marginal de este prócer en ese momento histórico y la propia debilidad de ese primer proyecto republicano. La autoridad bolivariana también es recurso a la hora de proclamar la necesidad de instituir un Poder Moral.

Chávez se asocia constantemente a otro personaje histórico, para muchos también heroico y popular: Jorge Eliécer Gaitán. En ocasión de las denuncias de atentados en su contra, Chávez decía “Las tres balas que mataron a Gaitán todavía están sonando en las calles y los campos de Colombia”.

También son invitados habituales en el discurso chavista personajes de la intelectualidad como Montesquieu, Ortega y Gasset, y el Abate Sieyes, a quien debemos el vocablo “constituyente”.

Pero entre todas las referencias legitimadoras presentes en el discurso cha-

vista, la más poderosa como construcción de imaginario es la Biblia; tanto el antiguo testamento como los evangelios ofrecen a Chávez frases potentes para legitimar su pensamiento: “El que tenga ojos que vea y el que tenga oídos que oiga”.

NOSOTROS EL PUEBLO / ELLOS LA PLAGA

Desde el punto de vista de la pragmática discursiva el aspecto más interesante del discurso chavista es la construcción del enunciador. Hugo Chávez Frías siempre habla por un *nosotros*. Al referirse al 4 de febrero de 1992 dice “nosotros éramos una corriente moralizante en las Fuerzas Armadas” (nosotros los soldados, nosotros MBR 200). Al hablar del actual proceso electoral es “nosotros somos el futuro, ellos son el pasado” (nosotros MVR, Polo Patriótico / ellos dirigentes de AD y COPEI). Por supuesto, en su tópico principal también aparece la tercera persona plural: “nosotros ya dimos el paso para iniciar el proceso constituyente”; sólo que en este caso la autorreferencia es más ambigua porque no sabemos si este *nosotros* indica a “los venezolanos” o a “los chavistas”.

El discurso chavista tiene un segundo eje pragmático en la construcción del adversario político al cual se contraponen las promesas de Chávez. Este adversario político es identificado como “la podredumbre”, “la plaga”, “las cúpulas podridas de Acción Democrática y COPEI” o más líricamente (citando a Gaitán) “los engañadores de todas las horas”. Este adversario político será “extirpado” por los chavistas, quienes van a “dar un salto adelante en la reconstrucción del país”.

El tercer elemento que debemos destacar en este punto es que se trata de un discurso autodirigido. El destinatario del discurso chavista también es, generalmente, *nosotros el pueblo*. Chávez sólo en raras ocasiones se dirige a sus adversarios políticos y nunca a las elites económicas.

CLAUSURA FORMAL DE UN ANÁLISIS

Una síntesis de los rasgos generales del discurso chavista nos lleva a concluir que:

1. Es un discurso básicamente propagandístico, cuya focalización reclama al auditorio la adhesión irrestricta a los postulados del Polo Patriótico. Carece de una visión sistematización capaz de dar todos los factores que confluyen en los fenómenos socio-

políticos que experimentamos y no ofrece datos concretos que sustenten sus opiniones, únicamente aporta elementos doctrinarios cuando explica el proceso constituyente, pero concentrándose en su definición, sus mecanismos de funcionamiento y sus atribuciones jurídico-políticas, sin llegar a profundizar en sus efectos consecuentes.

2. Es un discurso expresivamente deóntico, puesto que la organicidad se sustenta en el cumplimiento del esquema normativo (deberes, obligaciones y permisos) propuesto por la autoridad chavista basado en su proclamación del Poder Moral frente a la podredumbre del sistema. En segundo lugar encontramos expresiones doxáticas propias de un discurso que sólo aspira justificarse en la validez de su propia opinión sobre las cosas, sin remitirse a un *episteme* y muchos menos a la concreción de la realidad. Evidentemente, la omisión total de sustentaciones aléticas y epistémicas lo conduce a algunas manifestaciones meramente volitivas.
3. Coordina la utilización de dos estrategias de opinión complementarias: una organizada a partir de la validación del sistema ideológico (patriótico, moral) y otra fundamentalmente persuasiva destinada a propiciar una aquiescencia activa del electorado identificado en el *nosotros*. No intenta realizar ejercicios demostrativos de teorización política pero tampoco se acerca al otro extremo de la apelación exclusivamente dogmática a las emociones de su auditorio.
4. La técnica discursiva predominante es argumentativa. Chávez es un enunciador de juicios, con aspiración de validez basada en la verdad. No tiene cualidades para describir la realidad o para narrar acciones; además, descarta el análisis y la exposición conceptual.

EL DECIR DE ESTE DISCURSO

En el sustrato político-ideológico del chavismo está el paternalismo, del cual deriva tanto su autoritarismo como el presidencialismo de su propuesta. Del conjunto tópico del discurso chavista se hace evidente la lectura de que sólo un Presidente legítimo (Chávez, por supuesto) puede dar inicio al proceso constituyente, por demás la única vía para refundar la república e ir hacia ese futuro

mejor prometido el 4 de febrero de 1992. Asimismo, la filiación bolivariana manifiesta en el discurso de Chávez refuerza ese paternalismo: emulando a Simón Bolívar, Chávez será el Padre de la Patria, que se instituirá con la Asamblea Nacional Constituyente de 1999.

Existe una necesidad en el chavismo de identificarse con un héroe latinoamericano más contemporáneo y menos sacralizado que el Libertador; frente a este requisito del culto al héroe se manejaron las opciones del subcomandante Marcos, Fidel Castro, Salvador Allende y hasta Perón (antes de que Irene/Evita eliminara esa posibilidad), pero finalmente se consolidó la referencia a Gaitán, que no termina de cuajar en el imaginario del venezolano a pesar de la cercanía con Colombia.

Otro elemento fundamental del discurso chavista es el mesianismo, enraizado en ideas moralistas, cuasireligiosas. Chávez califica al sistema de *corrupto, podrido, descompuesto* y como promesa nos entrega el evangelio chavista que *saneará al país y salvará a los venezolanos*. Esta autoconstrucción del Chávez/Redentor se vigorizó con su llamado conciliador de bienvenida al pueblo adeco en el seno del Polo Patriótico (pueblo elegido), en respuesta a la salida al aire de la caña de los sartenes hirvientes, obvia representación del infierno aportada gentilmente por los asesores de Alfaró Uceró.

En perfecta coherencia con el mesianismo aparece la dicotomía vida/muerte como una constante semántica en el discurso chavista. Aflora invariablemente en la construcción del adversario político y por supuesto cada vez que se aborda el tópico de la corrupción; pero sorpresivamente también aflora (aunque probablemente sin una intencionalidad directa) en el tópico de la tercera vía económica al etiquetar el modelo de desarrollo petrolero como "modelo de casas muertas". Lo cierto es que en esta dicotomía los chavistas representan la vida, el futuro, *el salto hacia delante*; mientras que el modelo de democracia imperante representa el pasado, la muerte, la corrupción. Esta dicotomía puede ser simplemente un recurso de la retórica proselitista, pero indudablemente está preñada de amenazas contra la democracia en su carácter de sistema de negociación entre actores con intereses contrapuestos pero susceptibles de establecer consensos.

En contra de lo que afirman sus detractores no encontramos en el discurso de Hugo Chávez Frías manifestaciones

explícitas de violencia y exacerbación del odio social. Incluso cuando se refiere al intento de golpe de Estado del 4 de febrero su expresión es ponderada y se concreta en la declaración de que "fuimos un despertar de conciencia en los cuarteles". En cuanto al fomento de una lucha de clases no hay el menor índice que apunte hacia allí; en su discurso nunca pone énfasis en los problemas de la redistribución de la riqueza, manejada electoralmente no sólo por socialistas sino hasta por algunas corrientes de la democracia cristiana.

Es en el tópico de la tercera vía económica donde el discurso chavista muestra menor coherencia y cohesión; se evidencian las lagunas conceptuales, aunque parte de su vaguedad pudiese relacionarse con la necesidad de mantener las expectativas de un electorado que no comprende el tema económico. No obstante creemos que esta vaguedad responde al sesgo personal de Hugo Chávez, quien privilegia la fuerza de lo político sobre lo económico en su comprensión de la sociedad. Tan arraigado es este fenómeno que en sus enunciados sobre problemas económicos constantemente se filtran índices semánticos de su concepción política del Estado: control directo, decisión central, rígida disciplina, autoridad.

Por otra parte, el gran vacío en el discurso chavista es el cambio social. Chávez silencia los problemas planteados en la recomposición del mapa actores sociales del país. No reconoce la existencia de mecanismos de exclusión en nuestra sociedad que trascienden los aspectos estrictamente económicos de la pobreza. Ni admite formas de participación en la vida pública que no se limiten a la esfera política, como los referenda y la delegación de la soberanía en el Poder Constituyente.

El análisis de la estructura compositiva del discurso nos ofrece índices sobre la ideología profunda del chavismo. Nos enfrentamos a esa vocación de *neutralidad* propia de los conservadurismos más férreos: ni marxismo, ni fascismo, ni democristianismo, ni neoliberalismo; Chávez va por la *tercera vía* que en su caso no es expresión de pragmatismo postmoderno sino de tradicionalismo: las lecciones de la historia patria y la moral punitiva que prevé la sanción no la responsabilidad. A pesar de las implicaciones del *nosotros* y las apelaciones al pueblo, el discurso chavista no es auténticamente populista porque aspira a convencer más que a manipular las emo-

ciones, sin embargo el voluntarismo podría hacerlo derivar hacia declaraciones más irracionalistas que las manejadas hasta ahora.

De vuelta en nuestro planteamiento inicial de que el análisis del discurso político tiene significación en el marco de la crisis de gobernabilidad, tenemos que concluir que el chavismo está ideológicamente comprometido con la búsqueda de soluciones por la vía de la reinención del Estado pero no por la vía de la reinención de la ciudadanía. Así, paradójicamente, Hugo Chávez podría instituirse en un freno histórico para las transformaciones sociales demandadas por los actores emergentes □

REFERENCIAS TEÓRICAS MÍNIMAS

- ANGULO, Luis. *Dos estrategias retóricas en el periodismo de opinión*. Caracas, 1990. [Trabajo de Ascenso. Escuela de Comunicación Social, UCV]
- APEL, Karl O. *Teoría de la verdad y ética del discurso*. Paidós. Barcelona, 1991.
- APEL, K. et alia. *Ética comunicativa y democracia*. Editorial Crítica. Barcelona, 1991.
- BERMAN, Marshall. *Todo lo sólido se desvanece en el aire*. Siglo XXI Editores. México, 1988.
- ECO, Umberto. *Lector in fabula*. Editorial Lumen. Barcelona, 1987.
- *Los límites de la interpretación*. Editorial Lumen. Barcelona, 1992.
- HABERMAS, Jürgen. *Teoría de la acción comunicativa. Complementos y estudios previos*. Editorial Taurus. Madrid, 1987.
- HERRNSTEIN SMITH, Barbara. *Al margen del discurso*. Visor Distribuciones. Madrid, 1993.
- MARTIN SERRANO, Manuel. *La gesta y la parábola en la comunicación pública*. Primer Congreso Internacional de Lengua Española. 1998.
- NUÑEZ LADEVEZE, Luis. *El lenguaje de los 'media'*. Ediciones Pirámide. Madrid, 1979.
- RYAN, Marie-Laure. *Immersion vs. Interactivity: Virtual Reality and Literary Theory*. *Postmodern Culture*. v.5. n.1. September, 1994.
- SAVATER, Fernando. *Ética para Amador*. Editorial Ariel. Bogotá, 1995.
- SEARLE, John. *Actos de habla*. Ediciones Cátedra. Madrid, 1994.
- *The Construction of Social Reality*. Press Free. New York, 1995.
- VAN DIJK, Teun. *Estructuras y funciones del discurso*. Siglo XXI Editores. México D.F., 1995.
- *Texto y contexto*. Ediciones Cátedra. Madrid, 1995.

CITAS

- 1 RYAN, Marie-Laure. "Immersion vs. Interactivity: Virtual Reality and Literary Theory". *Postmodern Culture*. v.5. n.1. September, 1994.
- 2 Eco, U. *Los límites de la interpretación*. Pág. 29.

Análisis del entorno electoral nacional

Visión de las encuestas

■ **Carlos Guzmán**



*Ya concluidas las elecciones del 8 de Noviembre (para elegir Gobernadores, Diputados a las Asambleas Legislativas así como Diputados y Senadores al Congreso de la República) y del 6 de Diciembre, cuya característica fundamental es que se trató de la elección del primer Presidente del siglo XXI venezolano, la revista **Comunicación**, ha decidido presentar en su número 104, este Informe Ampliado de Análisis del Entorno Electoral Nacional desde las perspectivas de las principales encuestadoras, correspondiente al período de estudio Junio-Octubre 1998. En este sentido, presentamos las principales tendencias en materia de preferencia electoral según la opinión pública evaluada por las distintas encuestadoras.*

*De esta manera, la revista **Comunicación**, contrariamente a los vicios que han singularizado la actuación de algunas empresas encuestadoras, desea contribuir con el proceso electoral 1998, exponiendo tales mediciones con la idea de la búsqueda de una democracia representativa y transparente, sustentada en una pluralidad de intereses y opiniones para el surgimiento de una nueva cultura política bien dispuesta de conceptos y programas.*

CANDIDATOS A LA PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DE VENEZUELA 1998

Hugo Chávez, Henrique Salas Römer, Luis Alfaro Ucero, Irene Sáez, Claudio Fermín (renunció), Miguel Rodríguez, Gonzalo Pérez H., Alfredo Ramos, Oswaldo Suju Raffo, Radamés Muñoz León, Ignacio Quintana, Alejandro Peña Esclusa, Doménico Tanzi.

Escenarios electorales

De acuerdo con los últimos sondeos de opinión pública sobre las preferencias electorales (**intención de votar, pregunta cerrada**), los candidatos estarían en el orden siguiente: Hugo Chávez en primer lugar, Henrique Salas Römer ocupando el segundo lugar, Luis Alfaro Ucero al tercer lugar desplazando a Irene Sáez al cuarto lugar y Claudio Fermín en la quinta posición.

Candidatos	Mar. 98	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.98
Hugo Chávez	21%	27%	34.3%	42%	45%	46%	41.6%
Henrique Salas	9%	17%	16%	20%	21%	27%	31.3%
Irene Sáez	36%	22%	23.4%	16%	15%	10%	7.8%
Luis Alfaro	0.2%	0.8%	1.6%	5%	7%	5%	8.2%
Claudio Fermín	14%	9%	7.5%	6%	5%	4%	3.5%

DATANÁLISIS. Muestra: 1200 personas. Probabilístico, polietápico y estratificado por región, edad y estrato. 95% de confiabilidad y error de 2.83%. 18-22 de septiembre 1998.

Chávez con tendencia a incrementar en la **intención de voto**, tanto en el "top of mind", es decir, lo primero que viene a la memoria del consultado, como en pregunta cerrada con tarjeta. Irene Sáez con tendencia fuerte a la baja según encuestadoras como Datanálisis, Consultores 21 y Mercanálisis: Henrique Salas Römer con tendencia al crecimiento. Luis Alfaro Ucero y Claudio Fermín con porcentajes muy insignificantes "muy alejados de sus contrincantes" alcanzando niveles en la intención de voto poco considerables en este momento.

Candidatos	Mercanálisis	C21	Datos	Datanálisis	Cosar
Hugo Chávez	39%	43%	36%	41.6%	45%
Henrique Salas	38%	31%	18%	31.3%	24%
Irene Sáez	6%	8%	19%	7.8%	10%
Luis Alfaro	5%	7%	5%	8.2%	9%
Claudio Fermín	3%	3%	4%	3.5%	3%

MERCANÁLISIS. Muestra: 2000 personas, entre estratos constituidos por poblaciones de más de 2500 habitantes. 15 septiembre - 15 octubre 1998.

CONSULTORES 21. Realizada entre el 5 y 10 de octubre, con una cobertura nacional en ciudades de más de 200 mil habitantes y una muestra de 1200 personas.

DATOS. Muestra: 2000 personas. Aleatorio, probabilístico y estratificado en hogares. 15 - 20 julio 1998.

DATANÁLISIS. Muestra: 1200 personas. Probabilístico, polietápico y estratificado por región, edad y estrato. 95% de confiabilidad y error de 2.83%. 18-22 de septiembre 1998.

DEMOSCOPIO VENEZUELA. Realizado por COSAR Grupo Comunicacional. Muestra: 1500 personas. Probabilístico, polietápico y estratificado por región, sexo, edad y estrato socioeconómico. Error de 2.58%. Septiembre 1998.

La **variable rechazo** es esencial para conocer la estructura opinática del votante, en este sentido, Luis Alfaro Ucero pasó a comandar las estadísticas de rechazo seguido de Hugo Chávez Frías. De acuerdo a los resultados del sondeo de opinión pública de las últimas encuestas de Datanálisis y Mercanálisis, el aspirante de AD, Luis Alfaro Ucero, estaría empatado con Chávez en el liderato de rechazo durante el mes de septiembre. Claudio Fermín e Irene Sáez mantienen índices parecidos y Henrique Salas Römer tiene el rechazo más bajo de todos.

Candidatos	Mercanálisis	C21	Datos	Datanálisis	Cosar
Luis Alfaro	31%	71%	19%	29.5%	31%
Hugo Chávez	31%	40%	31%	29.2%	27%
Irene Sáez	11%	32%	17%	11.1%	10%
Claudio Fermín	11%	65%	19%	7.8%	12%
Henrique Salas	3%	33%	2%	1.5%	3%

MERCANÁLISIS. Muestra: 1000 personas. 1 - 10 septiembre 1998.

CONSULTORES 21. Muestra de 1500 casos. Error 2.58%. Ciudades de más de 20 mil habitantes en todo el país. 25 junio - 6 julio 1998.

DATOS. Muestra: 2000 personas. Aleatorio, probabilístico y estratificado en hogares. 15 - 20 julio 1998.

DATANÁLISIS. Muestra: 1200 personas. Probabilístico, polietápico y estratificado por región, edad y estrato.

95% de confiabilidad y error de 2.83%. 18-22 de septiembre 1998.

DEMOSCOPIO VENEZUELA. Realizado por COSAR Grupo Comunicacional. Muestra: 1500 personas. Probabilístico, polietápico y estratificado por región, sexo, edad y estrato socioeconómico. Error de 2.58%. Septiembre 1998.

Cabe destacar que de Marzo a Octubre, el cambio en la intención del voto ha sido drástico lo que confirma las expectativas sobre la volatilidad del voto en Venezuela en cambios de inestabilidad política. La distribución de los resultados en los sondeos de opinión pública por simpatía, que seguramente votarán y cuya decisión es definitiva y no la van a cambiar, es:

Candidatos	Mercanálisis	C21	Datos	Datanálisis
Hugo Chávez	88%	45%	38%	77.8%
Henrique Salas	85%	26%	19%	64.6%
Irene Sáez	76%	11%	21%	62.8%
Luis Alfaro	92%	6%	5%	80.6%
Claudio Fermín	83%	s. inf.	5%	61.9%

MERCANÁLISIS. Muestra: 2000 personas, entre estratos constituidos por poblaciones de más de 2500 habitantes. 25 septiembre - 15 octubre 1998.

CONSULTORES 21. Realizada entre el 18 y 28 de septiembre, con una cobertura nacional en ciudades de más de 20 mil habitantes y una muestra de 1500 personas.

DATOS. Muestra: 2000 personas. Aleatorio, probabilístico y estratificado en hogares. 15 - 20 julio 1998. Intención de votos "que seguramente votarán".

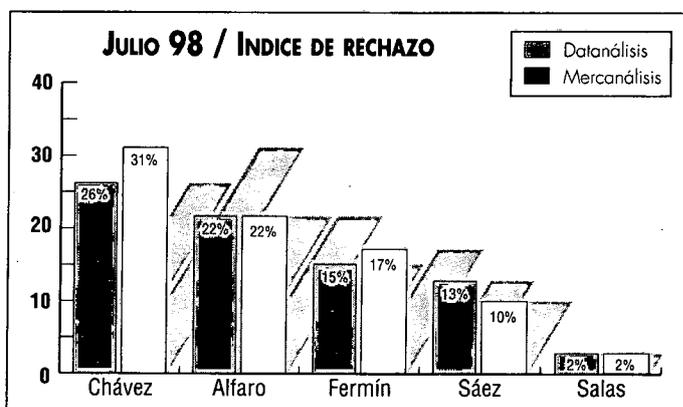
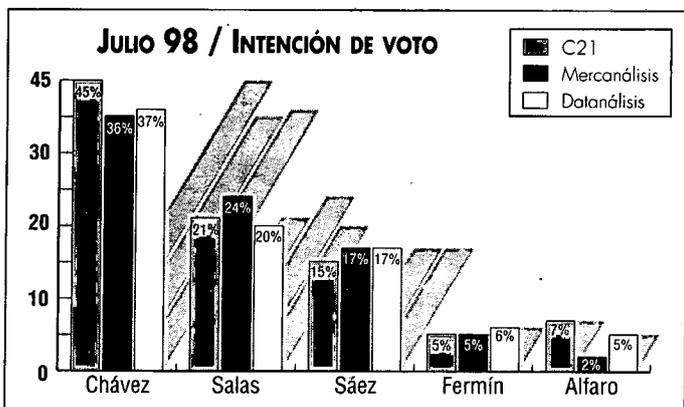
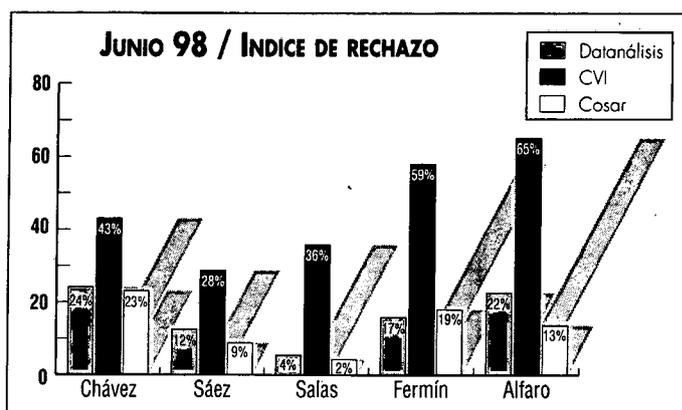
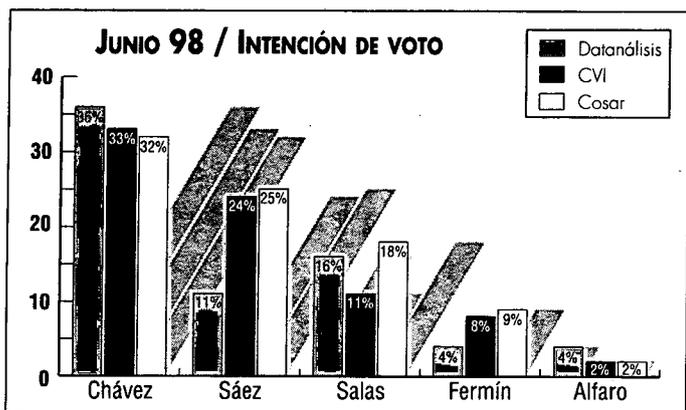
DATANÁLISIS. Muestra: 1200 personas. Probabilístico, polietápico y estratificado por región, edad y estrato. 95% de confiabilidad y error de 2.83%. 18-22 de septiembre 1998. "Decisión definitiva y no la van a cambiar"

- Por otra parte, es importante resaltar la **segunda-opción para candidato presidencial que tiene los electores en Diciembre del 98**. Según el estudio «Demoscopio Venezuela» realizado por Cosar Grupo Comunicacional, los votos de Hugo Chávez Frías serían capitalizados por Irene Sáez (27%), Henrique Salas Römer (25%), Claudio Fermín (7%), Luis Alfaro Ucero (3%) y Ns/Nc (39%), en el caso de que éste no fuera candidato.
- Los votos de los entrevistados por **DATOS (15-20 de Julio 1998)**, que rechazan a Irene Sáez van dirigidos a Chávez (66%) y a Salas Römer (15%). Quienes se oponen a Chávez dirigen sus votos a Irene (33%) y a Salas Römer (32%).
- **Mercanálisis (1-10 Septiembre 1998)** señala que Salas Römer sería el segundo más votado (27%), seguido de Irene Sáez (17%) y Chávez ocuparía la tercera casilla, con 11%.
- En el caso de **Datanálisis (18-22 Septiembre 1998)**, los sufragantes de Chávez Frías van hacia Salas Römer (43%) e Irene Sáez (12%), Fermín y A. Ucero 4% c/u; los votantes de Salas Römer van hacia Irene Sáez (28%), Chávez Frías (18%) y A. Ucero (7%); y por último los votantes de Irene Sáez serían capitalizados por Salas Römer (49%) y Chávez Frías (17%), Fermín (6%) y Ucero (4%).
- Salas Römer se perfila como segunda opción para los simpatizantes de los principales candidatos; el resultado sería según la última encuesta de **Datanálisis (18-22 Sep. 1998)**:

Henrique Salas	25%
Ninguno	27%
Irene Sáez	15%
Claudio Fermín	9%
Hugo Chávez	9%
Luis Alfaro	5%
Miguel Rodríguez	2%
Otro	1%
No contestó	7%

Otro aspecto que destaca en el escenario electoral 1998, es que Partidos Políticos como Acción Democrática y Copei pierden fuerza, mientras que el Movimiento V República y Proyecto Venezuela empiezan a concentrar un número importante de simpatizantes o militantes. 38.7% de los entrevistados por **Datanálisis (18-22 sept. 1998)**, 19% por **Cosar (Sept. 98)** y 34% por **Consultores 21 (5-10 Octubre 1998)** se consideran INDEPENDIENTES. Los porcentajes varían según **Mercanálisis (25 Septiembre-15 Octubre 1998)** cuando se preguntó por el Candidato a Gobernador, de cuál partido votaría?

Partidos	Mercanálisis	C21	Datos	Datanálisis	Cosar
Acción Democrática	23%	16%	s. inf.	20.4%	10%
COPEI	12%	8%	s. inf.	9.2%	4%
Movimiento V República	8%	21%	s. inf.	11.5%	20%
Proyecto Venezuela	7%	14%	s. inf.	7.3%	10%
MAS	12%	4%	s. inf.	4.6%	
IRENE	13%	2%	s. inf.	1.4%	4%
Patria Para Todos	3%	1%	s. inf.	2.7%	5%
Convergencia	s. inf.	1%	s. inf.	0.8%	
Causa R	5%	1%	s. inf.	0.5%	

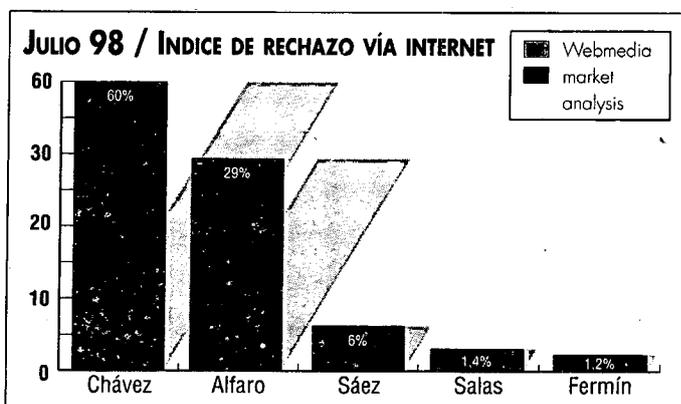
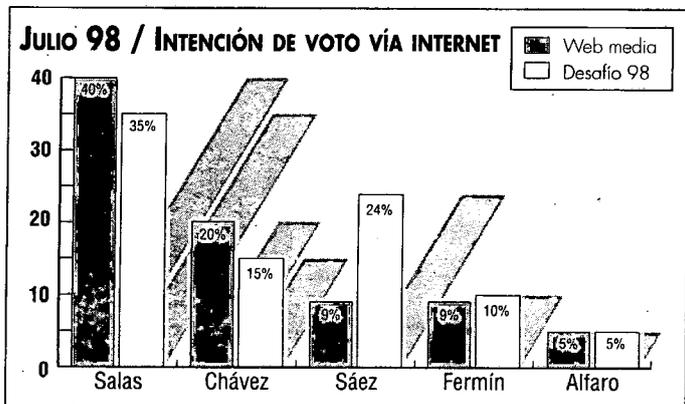


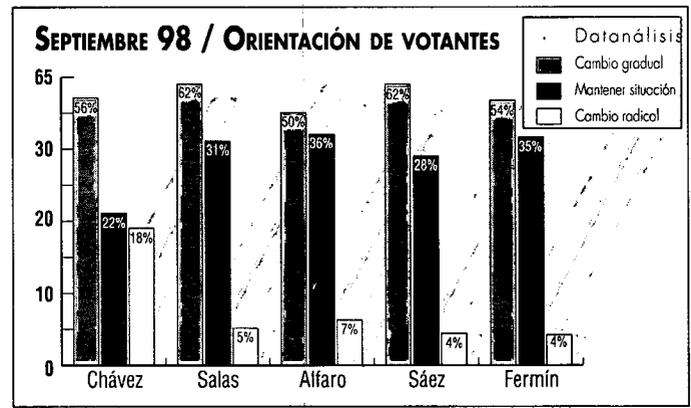
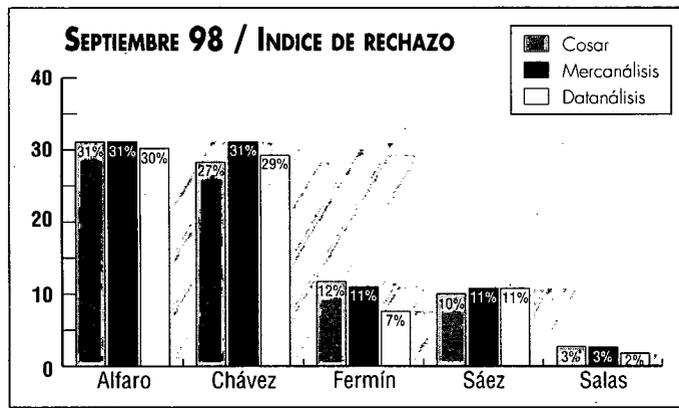
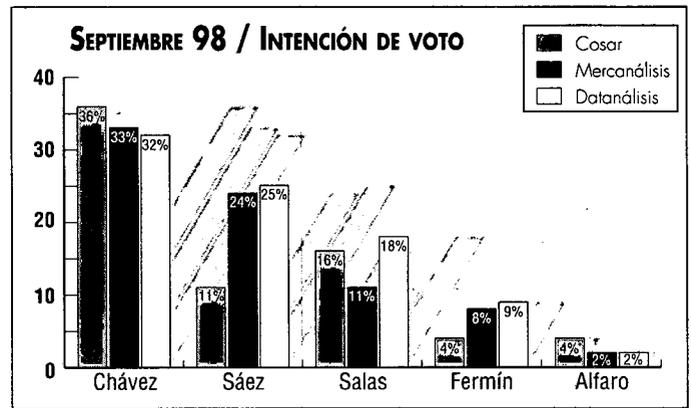
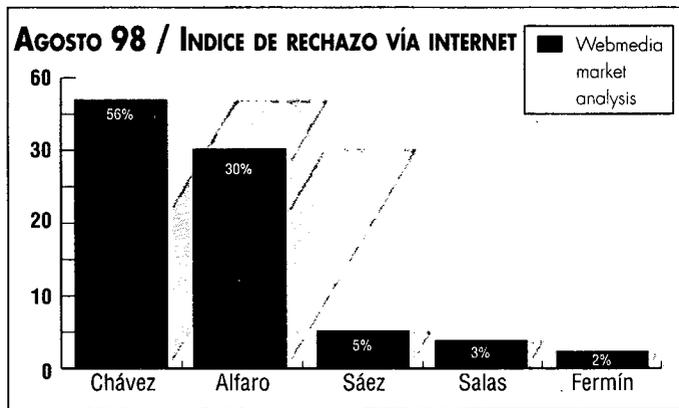
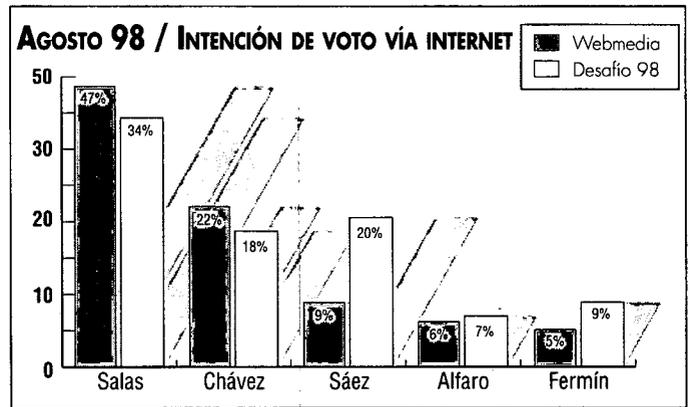
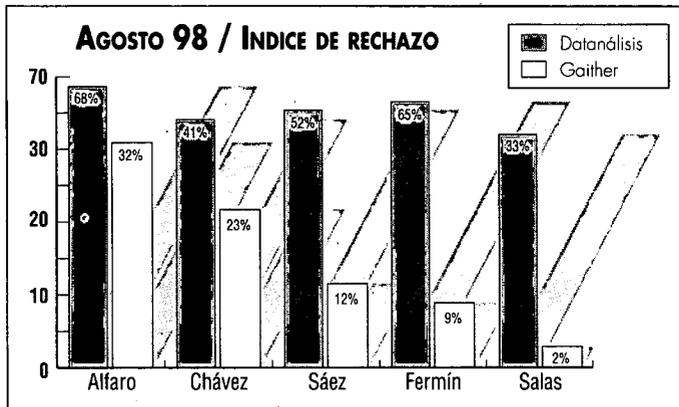
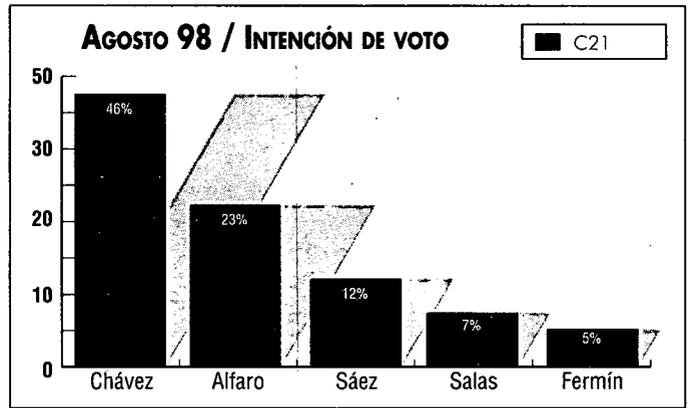
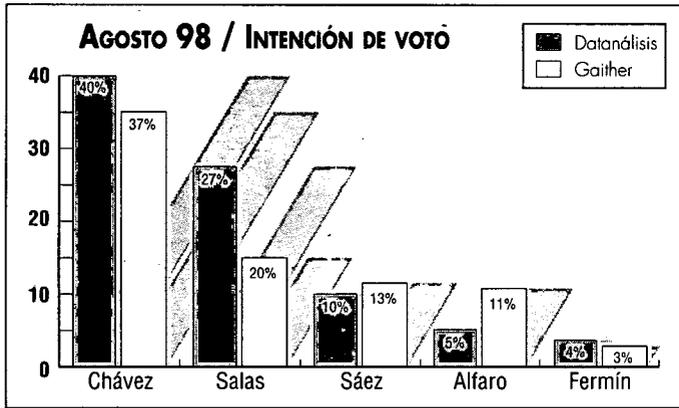
JULIO 98 / SIMPATÍA PARTIDISTA

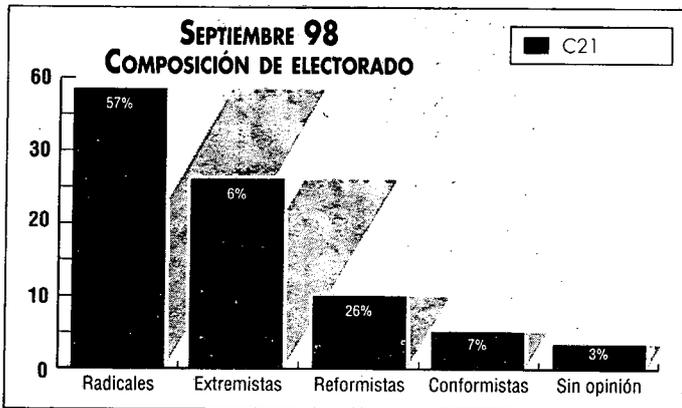
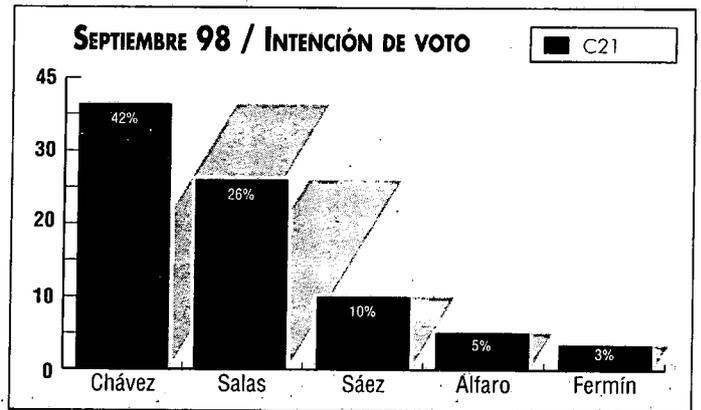
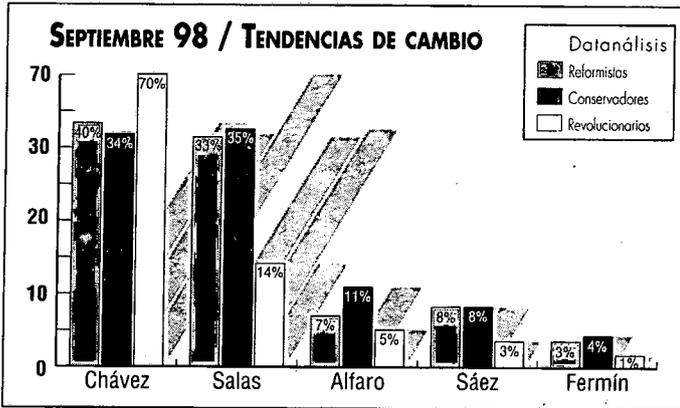
ENCUESTADORAS	1°	2°	3°	4°	5°
Datanálisis	AD 18%	COPEI 8%	MVR 6%	Pro. Ven. 3%	IRENE 2%
C21	MVR 22%	AD 13%	COPEI 8%	Pro. Ven. 8%	IRENE 6%
Mercanálisis	MVR 21%	Pro. Ven. 20%	IRENE 13%	AD 9%	PPT 7%

SEPTIEMBRE 98 / SIMPATÍA PARTIDISTA

ENCUESTADORAS	1°	2°	3°	4°	5°
Cosar	MVR 20%	Independiente 19%	AD 10%	Pro. Ven. 10%	PPT 5%
Empresa Pronóstico	MVR 18,7%	AD 13,1%	Pro. Ven. 8%	COPEI 5,2%	IRENE 3,6%
	6°	7°	8°	9°	10°
	MAS 3,5%	PPT 2,2%	Causa R 1,6%	Conver. 0,7%	Aperit. 0,6%







SEPTIEMBRE 98 / SIMPATÍA PARTIDISTA

ENCUESTADORAS	1°	2°	3°	4°	5°
C21	Independiente 29%	MVR 23%	Pro. Ven. 15%	AD 11%	COPEI 8%
Datanálisis	Independiente 38,7%	AD 20,4%	MVR 11,5%	COPEI 9,2%	Pro. Ven. 7,3%
	6°	7°	8°	9°	10°
	MAS 4,6%	PPT 2,7%	IRENE 1,4%	Conver. 0,8%	Causa R 0,5%

OCTUBRE 98 / SIMPATÍA PARTIDISTA

ENCUESTADORAS	1°	2°	3°	4°	5°
C21	Independiente 34%	MVR 21%	AD 16%	Pro. Ven. 14%	COPEI 8%
Mercanálisis	Pro. Ven. 31%	MVR 25%	AD 8%	PPT 6%	MAS 5%
	6°	7°	8°	9°	10°
	COPEI 4%	IRENE 4%	Renov. 2%	Conver. 1%	Causa R 1%

Un fantasma llamado Política Cultural

■ **Milagros Santana Jiménez**

La desidia es el factor común que hermana a todos los gobiernos tenidos en Venezuela, hablando de materia cultural. En cuarenta años de democracia, el sector cultura no ha contado jamás con una definición de reglas, objetivos, lineamientos claros, coherentes, flexibles y continuos que marquen el rumbo. Los intentos aislados por construir una política cultural no han pasado de ser simplemente eso, unos intentos, y por lo tanto, ahora que estamos en víspera de elecciones presidenciales nos preguntamos ¿qué rumbo le darán los nuevos dirigentes a la cultura finisecular?

A un par de meses para cambiar de presidente de la República —democráticamente— por décima vez, la situación de la “cultura” en el país no ha variado mucho en estos 40 años. Resulta preocupante constatar día a día cómo el Estado aplica la ley del

menor esfuerzo en cuanto a materia cultural se refiere, siendo este el caso que nos ocupa ahora. Sabido es lo importante que resulta para un país, y más para el nuestro que quiere parecerse a una potencia —en algunas cosas—, tener una sociedad educada, mas aún, instruida, pero

bien sea por desidia, por desinterés o por falta de personas competentes en los cargos estratégicos los avances se han dado a pasito de bebé.

Pareciera arriesgado emitir una sentencia tan contundente como que Venezuela carece de política cultural, pero es



ILUSTRACIÓN: ARNALDO MONGES

cierto. *Las personas y organismos encargados de manejar la cultura en el país han hecho intentos desarticulados, incoherentes y discontinuos, por lo tanto ineficaces para obtener un saldo positivo en esta materia. Ya bien expresaba Paulo Freire en 1978, citado por Marcelino Bisbal en el artículo "El estado y la comunicación, entre el azar y la necesidad", que "una política de comunicación-cultura que no incluya la práctica -y para comenzar, práctica en el acto de establecer la política- no puede considerarse como una política para los países desarrollados".*¹

DEFINICIÓN POLÍTICA

*Es pertinente fijar de una vez los términos que se van a seguir utilizando en el desarrollo del trabajo, por lo tanto se adoptará una definición de política como base para unificar criterios. José Mayobre Machado, en La formulación de políticas de comunicación, dice que política es "el conjunto coherente y homogéneo de medidas y acciones planificadas y formuladas en relación con una actividad o a un sector específico con el objeto de alcanzar fines determinados".*²

Desglosando un poco más la definición de Mayobre, acotaremos que el Diccionario de la Real Academia entiende por coherente: "conexión y enlace", y por homogéneo, algo "del mismo género, compuesto de elementos de igual naturaleza y condición". Planificar, según Ezequiel Ander-Eggs en *Introducción a la Planificación*, es "un conjunto de procedimientos mediante los cuales se introduce una mayor racionalización y organización en unas acciones y actividades previstas de antemano". Dice más, "en su aspecto esencial la planificación consiste en un arte que establece procedimientos para la optimización de las relaciones entre medios y objetivos y proporciona normas y pautas para la toma de decisiones coherentes, compatibles e integradas, que conduce a una acción simultáneamente organizada y coordinadamente ejecutada".³

También podría ser pertinente aclarar someramente que existen, por lo menos, cuatro tipos importantes de políticas. Peter Schenkel, en *Políticas Nacionales de Comunicación*, distingue entre políticas explícitas o implícitas, entendiendo por éstas "las que han impuesto por su aplicación, con reglamentaciones legales específicas, pero sin obedecer a una estrategia global", mientras que una po-

lítica es explícita "cuando se expresa a través de disposiciones legales precisas".

De igual forma aclara Schenkel que la política puede ser global o parcial. "Si es parcial, abarca solamente un fragmento del amplio espectro" del sector, y es global "si se toma en cuenta la totalidad de la esfera cultural que se pretende desarrollar y reglamentar".

Apoderándonos del pensar de Schenkel, en relación con la finalidad del establecimiento de una política nacional de comunicación, pero llevándolo hacia el plano cultural, se puede afirmar que es "un instrumento válido del estado moderno, especialmente en los países menos desarrollados, para acelerar y dinamizar sus procesos en aras de una mayor libertad, un mayor bienestar y una mayor realización integral del ser humano".

LA POLÍTICA CULTURAL VS. LOS SUBSIDIOS

No es casual que justamente ahora surja la pregunta qué va a pasar en materia cultural en el próximo quinquenio, porque este tema sólo se toca en fechas pre-electorales, momento en que se supone que los candidatos presidenciales, previo diagnóstico de la situación, propondrán sus fórmulas para los distintos casos. Pero como bien asegura el investigador en comunicación Marcelino Bisbal: "Superado el mes de diciembre nunca más se vuelve a tocar este punto. Sólo se tratará nuevamente a la hora de la asignación presupuestaria".

Y esto resulta importante, porque pareciera que a los entes tutelados, a los subsidiados y otras instituciones ligadas al medio, le interesase más la designación de los tan anhelados dozavos que la implantación de una Política Cultural, bien entendida y asumida. Bisbal aclara "que una cosa es la asignación de subsidios otorgados por el Estado como ente público o el privado, a través de sus fundaciones, y otra cosa es la política cultural. El subsidio es parte de un lineamiento de una política cultural, pero no lo es en términos absolutos".

Este pensar también lo comparte el profesor Leonardo Azparren Giménez, según se desprende de un artículo aparecido en el diario *El Globo*, el 13 de julio de 1998, en el que expresa que "lo que interesa es lo que recibirá cada cual, no la estrategia cultural de un gobierno... Al margen de la campaña electoral, la discusión debería ser sobre el rol del Estado en materia cultural y el lugar que ocupan, en esa política, los subsidios con dinero

público. Es decir, la discusión debe ser sobre estrategias nacionales, no sobre listas culturales".

Pero las opiniones varían. Arturo Usllar Pietri, por ejemplo, no le da mucha importancia a la formulación de políticas culturales, él tiene una manera muy personal de concebir lo que es la intervención del Estado en este terreno. Al consultársele sobre la materia se remontó a los orígenes de la figura de política cultural.

Según el intelectual venezolano, la política cultural tiene "un origen que se puede fijar y fue cuando Charles de Gaulle -en Francia- nombró ministro de cultura a André Matraux. Esta fue la primera vez que hubo un Ministro de Cultura en ese sentido. La relación del Estado con los artistas es vieja y variable. La primera relación fue con la Iglesia, como la gran patrona de las artes desde la Edad Media, después los príncipes -a raíz del Renacimiento y siguiendo el modelo florentino- se ocuparon de fomentar las artes, estimularla, exaltar a los creadores. Esto continuó hasta el siglo XVIII, que fue un gran siglo de prestigio para los intelectuales y escritores, y adquirió un gran prestigio social y político".

"Después, como era natural, intervino la economía con esto, la producción cultural se hizo fundamentalmente económica: publicar libros, divulgar música, realizar exposiciones, eran actividades que realmente sólo podía hacer el Estado y esto le daba un papel en la cultura. Pero entonces, fue cuando empezó eso de política cultural en Francia, de la que ya hablamos".

"En nuestro caso -continúa Usllar Pietri- como en otros países latinoamericanos, se imita el modelo francés. Aquí se empezó en la época de López Contreras, más o menos, que el Estado tuviera una muy modesta política cultural, que iba desde el otorgamiento de becas para jóvenes artistas, bolsas de viaje, premios nacionales o municipales y de otra índole, y eso se estableció ya como una tradición".

El escritor continuó con el siguiente ejemplo. "Si nosotros cogemos el último siglo de la historia cultural de nuestro país, de 1890 a 1990, encontramos una cosa muy curiosa: en la primera mitad de ese siglo, Venezuela produjo algunos de sus más valiosos escritores, poetas, artistas e intelectuales. En la lista está, en primer lugar, la generación de Venezuela con Vallenilla Lanz, Zumeta, Pedro Manuel Arcaya; y poetas como Arreaza Calatrava, Andrés Eloy Blanco, Andrés Mata; y escritores de resonancia

internacional como Rufino Blanco Fombona. Sin embargo, no había nada que se llamara política cultural. Esos personajes salieron porque eran escritores y escribían y se hicieron un nombre dentro y fuera del país”.

Para Uslar Pietri, en estos cuarenta años de democracia, “el Estado venezolano ha tenido un papel creciente en la vida cultural del país”, pero contradictoriamente, expresa que a medida que el Estado le da más al sector, el medio cultural que se va empobreciendo. “El gobierno de Venezuela debe ser uno de los que más gasta dinero en cultura. Se han creado artistas culturales, se han creado profesionales en torno a esto, se ha creado una inmensa burocracia, pero si vamos a comparar lo que se logró crear literaria y artísticamente en la Venezuela de 1890 a 1950, y lo que se ha creado de 1950 hasta hoy, tendríamos que observar con preocupación que en la medida que la presencia del Estado se ha hecho sentir en el mundo cultural artístico, así mismo este mundo se ha empobrecido”.

¿MANIFESTACIONES POPULARES = CULTURA?

No se sabe a ciencia cierta si Venezuela es uno de los países que más gasta en cultura o no. Sí gasta en realidad, lo que pasa es que no es justa ni equitativa la repartición. Moisés Moleiro, vocal del directorio del Conac, confiesa que en nuestro país “la cultura se constituyó como una manera de hacer favores, y generalmente favores a dedo. Por ejemplo, nosotros para eliminar la desigualdad de los subsidios hicimos –después de un largo estudio con una compañía privada- unas planillas donde se evaluaba lo que hacían los grupos subsidiados. Hicimos cinco mil planillas de esas y se llenaron cerca de tres mil. Esa evaluación se realizó en conjunto con la Comisión de Cultura de la Cámara de Diputados, y cuando eso llegó la Comisión de Finanzas de Diputados se procedió al reparto clientelar y partidista”.

“Hubo cosas como esta, –señala Moleiro- grupos que llenaron planillas y quedaron muy bien evaluados, la Comisión de Finanzas los echó afuera, de este ejemplo hay 881 grupos de varias disciplinas; grupos que no llenaron nada y no tenían evaluación, sin embargo recibieron subsidios, por supuesto, por interés partidista, sobre todo de AD y Copei, estos fueron 185 casos; grupos a los cuales la

Comisión de Finanzas les dio más de lo que pedían –que en el medio cultural eso es asombroso- hay 44, entre ellos el inevitable Ateneo de Caracas, porque estamos en un año electoral y, por supuesto, El Nacional es útil a las campañas electorales. Y, lo más asombroso, grupos que salieron mal en la evaluación, que salieron ‘raspao’, hubo 55, que, pese a todo, el gobierno les dio subsidios”.

Pero esta situación no es reciente, ya Bisbal había notado que desde el nacimiento del Consejo Nacional de la Cultura, en sustitución del INCIBA, aquel organismo sólo se ha dedicado a promover ciertas y determinadas manifestaciones culturales, denominadas por el investigador como “de alta cultura”, y a otorgarle subsidios para su sostenimiento. Y lo que ha sido estar pendiente de la “otra cara” de la cultura ha corrido por cuenta –de un tiempo para acá- de las fundaciones privadas (como Bigott, Pampero, Polar, La Estancia, Cultural Chacao, etc.). Son ellas las que le han echado una mano a algunas manifestaciones consideradas típicas o autóctonas, pero destaca también el catedrático, que inclusive dentro de estas instituciones no ha habido lineamientos de política coherente, cosa que no considera criticable, ya que al fin y al cabo responden a intereses particulares.

Bisbal se va a los hechos. “Partiendo de un término muy amplio, dentro de lo sociológico vivido, si voy a un museo ejerzo un proceso cultural, así como cuando me siento a ver televisión practico una actividad. La cultura, como proceso de práctica social, modernamente hablando, es todo proceso de producción simbólica, porque todo lo que el hombre hace desde lo más insignificante hasta lo más trascendente es llamado hoy en día ‘proceso cultural’. Por ejemplo, ir a dar un paseo con la familia por el Parque de Los Caobos es trascendente para esa familia, pero alguien podría decir que no”.

“Considero que para el Conac, la cultura está enmarcada dentro del espacio aristocrático, académico, ilustrado. Cuando uno ve los presupuestos de años tras años, observa hacia dónde van las asignaciones, observa que las prácticas sociales de carácter elitesco son las que más reciben, quizá no sea algo adrede, sino simplemente porque no se toman en cuenta los indicadores, pero de todas formas, la cultura popular pasa inadvertida”.

Sin embargo, Moleiro, saliendo a la defensa del ente gubernamental, afirma que cuando ellos llegaron a Conac, lo

hicieron con la idea y bajo el lema de “cultura para todos”. “Esto significaba ampliar hasta donde fuera posible la participación de los venezolanos en la cultura, tanto en un sentido activo –como creadores culturales- como en un sentido pasivo, es decir, como espectadores del hecho cultural. El propósito nuestro –aclara Moleiro- cuando se presumía que la intención de Caldera era romper la hegemonía de Copei, era sacar la cultura de los cenáculos”.

Esta declaración le sirvió de marco para expresar, dándole la razón a Bisbal, que “la cultura popular es una de nuestras prioridades y nunca ha habido dinero para ella, sólo muy poco, para el lado de la artesanía”. Sin embargo, consciente de la grave situación reflexionó y dijo que “para que un país siga siendo un país y no una pieza de la globalización hay que desarrollar sus manifestaciones culturales, populares y no populares”.

“El problema –continúa Moleiro- es que es un vicio que viene de las administraciones anteriores, que redujeron la cultura a las bellas artes, no entendiendo que la cultura son innumerables manifestaciones que el pueblo hace y crea a diario. Nosotros hicimos ese intento, no sé cuánto sacaremos sobre la base de 20 puntos, sé que no quedamos aplazados, pero claro, mientras otros factores del poder, que determinan la política cultural, no cambian, no va a ser posible hacer mucho más allá”.

En una investigación realizada por la Fundación Gumilla, conjuntamente con el Conac, publicada en la REVISTA COMUNICACIÓN (Nº 100, 1997), se puede observar que la frecuencia de consumo de actividades elitescas en una muestra de 517 personas, fue la siguiente: visitar bibliotecas, 8%; visitar librerías, 5%; visitar museos y galerías, 3%; asistir a congresos y charlas, 1%; al teatro, 1%; asistir a espectáculos de música clásica, es prácticamente cero. “De esta manera –destaca Bisbal- se puede constatar que la entrega de subsidios está mal orientada”, porque se le otorga más dinero a las áreas menos consumidas. Hay fallas en el organismo encargado de la cultura, que sería el Conac, pero como dice Bisbal, “la idea no es eliminarlo. La otra solución de la que hablan muchos es la de crear un Ministerio de Cultura, lo cual es peor, es hablar de más burocracia”.

Pero para Moleiro, el obstáculo mayor es el Poder Ejecutivo, porque con la mora que tiene en la entrega del presupuesto “no se puede planificar nada en serio ni

socorrer a los que necesitan socorro". Moleiro señala que no hay interés gubernamental para que se desarrolle el sector cultura, y prueba de ello —dice— fue haber logrado que el presidente del Conac fuera ministro sin cartera, "lo cual no aumentaba la burocracia en nada, era una conquista del sector cultural. Bajo este gobierno esto no ha sido posible, no se ha nombrado ministro sin cartera, por lo tanto la voz del responsable de la cultura, que es el presidente del Conac, no se oye en el gabinete ejecutivo".

También el profesor Azparren, en el texto anteriormente citado, es del sentir que la cultura debe favorecer a una mayoría. "Una política cultural es ofrecer bienes culturales al mayor número de ciudadanos posible, en forma democrática y equitativa. Algún día se analizarán los índices culturales venezolanos, y sabremos si han mejorado o sólo crecido. Vivimos con cantidades y volúmenes, sin conocer la efectividad que tienen. Impresiona saber que los subsidios de este año beneficiaron, entre muchas instituciones, a 110 ateneos, 61 casas de cultura, más de 400 fundaciones culturales, 21 centros culturales, 23 compañías regionales de teatro, 85 grupos de teatro, 35 fundaciones orquestales y 11 orquestas. Es una opulencia cultural ingenua que favorece el lobby de los subsidios. Pero, ¿nos atreveríamos a decir que nuestro nivel cultural es superior, es mejor que el de hace diez años, porque el Estado es un dispensador generoso del dinero público?"

La pregunta de Azparren ya fue respondida por Uslar Pietri cuando hacía referencia a la proporción entre la participación del Estado en la cultura y el empobrecimiento de la misma, pero agrega: "El Estado debe estar pendiente, el Estado debe dar facilidades, pero el Estado no debe meterse a decir qué cosa hay que hacer y qué cosa no hay que hacer, porque aquí se está entrando en un terreno sumamente debatible y peligroso".

EL PROBLEMA CONTINUARÁ

Aunque Uslar Pietri maneje un concepto distinto de política cultural al que se había propuesto como base, de todos modos sigue siendo válido reafirmar lo planteado al principio del trabajo, que el Estado no ha sido consecuente en el manejo del sector cultural, y que como lo dijeron Bisbal, Azparren y el mismo Moleiro, se asume que el aporte económico gubernamental es suficiente y, además, se

entiende como si fuese "la política cultural", cuando en realidad no es así, ya que forma parte de lo que sería la política, pero no es ella.

Bisbal asegura que en "en una sociedad tan compleja como la nuestra, que es una sociedad moderna, no podemos seguir manejándonos a la hora de dictar políticas —en cualquier ámbito de la vida— por la mera intuición o el olfato político, tenemos que tener indicadores, producto de las investigaciones, que nos orienten hacia dónde debemos apuntar. Este gobierno, así como los anteriores —inclusive los no democráticos que ejercieron funciones de Estado en su momento— nunca han tenido en sus manos indicadores. Se han dejado llevar —repito— por el olfato. En los tiempos que vivimos cualquier ente que quiera diseñar una política flexible, tiene que manejarse por indicadores de tipo cultural".

Pero lo triste viene cuando nos damos cuenta que la situación parece que continuará igual. El pasado 9 de julio se realizó en el Ateneo de Caracas un foro para conocer —más en detalle— las propuestas de los actuales candidatos presidenciales en materia cultural. Las conclusiones fueron recogidas por la periodista Yajaira Andueza en *El Globo* del 13 de julio de 1998.

El momento que está viviendo el mundo cultural es crítico y el futuro no pinta mejor. Las exposiciones de los aspirantes a la silla de Miraflores fueron, por orden de aparición, las siguientes:

Francisco Suniaga, coordinador general del programa de gobierno del candidato Claudio Fermín, del partido Renovación, "en su discurso, expresión concreta del Master realizado en Política Económica en la Universidad de Columbia, con un evidente desconocimiento —asumido públicamente además— acerca de las instituciones, fundaciones y organismos del sector y sus respectivos programas y presupuestos, planteó un reordenamiento del aporte para el sector cultural y, por ende, la reorientación en las asignaciones presupuestarias, ya que no existen resultados que se correspondan con la inversión dada la diversidad de planes y objetivos que no evidenciaron un norte".

El vocero del Movimiento V República, Gerónimo Pascaniello, propuso en su intervención "un incremento dentro de la asignación presupuestaria para la cultura, aun cuando desechó el diseño de instrumentación de políticas culturales, porque la cultura es libre". Dijo también que "el gobierno de Hugo Chávez Frías

estimulará los proyectos de carácter nacionalista y que reciclaré la cultura, nuevo término que muchos de los presentes interpretaron como una eventual reedición de lo realizado en materia cultural desde 1813 o desde el Congreso de Angostura a nuestros días".

El candidato del Proyecto Venezuela, Enrique Salas Römer, envió un mensaje grabado desde España, en donde se encontraba de gira para el momento de la realización del foro, anunciando que su programa de gobierno estaría listo en septiembre.

Rosa Bethermyt, representante del abanderado adeco, Luis Alfaro Uceró, explicó que para el sector cultural su organización política plantea: una visión totalizadora de la dimensión cultural, democracia cultural participativa, definición de los sujetos de las políticas culturales, la regionalización-descentralización de la cultura y la importancia del Estado en la acción cultural. Ratificó la importancia de que el Estado financie la cultura y propuso incrementar los aportes a este sector, de acuerdo con las orientaciones de la Unesco.

Carmen Carmona, José Eduardo Mendoza y Rafael De La Cruz presentaron "la propuesta del cambio", de la candidata Irene Sáez, la cual "se sustenta en la que la cultura es la base del desarrollo y requiere de ubicación dentro del plano de una 'emergencia nacional'. Sostiene que lo que se requiere es un cambio de paradigma teórico y de los objetivos y métodos a implantar, así como de las estructuras institucionales y los marcos legales existentes. Además, propuso el rescate de la moral y la ética personal y social a través de la cultura, profundizar en los aspectos de la descentralización cultural, realizar un diagnóstico para identificar los problemas culturales, equidad en la asignación y distribución de los recursos, fortalecimiento y puesta en marcha del Canal 5".

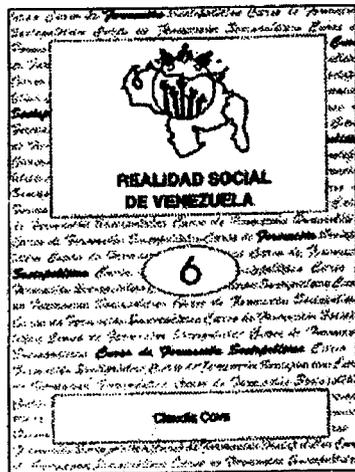
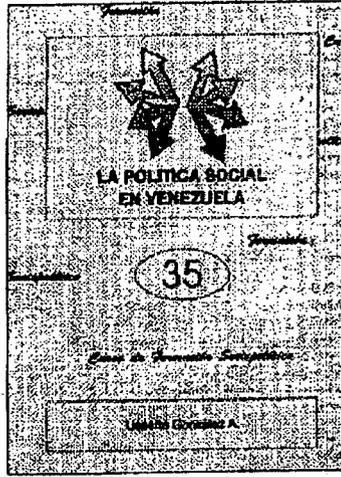
Realmente no se está ofreciendo nada nuevo, ya sabemos que esas son las plegarias disfrazadas de los candidatos presidenciales cada fin de año electoral. Lo expuesto es lo que debería ser, ¿pero cuándo será verdad?

NOTAS

- 1 REVISTA COMUNICACIÓN, N.º 51-52, s/f. Pág. 97.
- 2 Edición del Ministerio de Información y Turismo, 1980. Pág. 17.
- 3 El Cid Editor, s/f. Págs. 15 y 19.

Estamos
actualizando
reorientando
complementando el

Curso de Formación Sociopolítica



Títulos recientemente publicados:

- 6. Realidad social de Venezuela
- 10. Venezuela y su petróleo. El origen de la renta
- 11. Venezuela y su petróleo. El destino de la renta
- 14. La existencia campesina
- 15. La familia popular venezolana
- 16. Los partidos políticos en Venezuela I
- 17. El movimiento sindical en Venezuela I
- 18. El movimiento sindical en Venezuela II
- 30. Proceso de la cultura en Venezuela II
- 33. Los derechos humanos en Venezuela
- 34. Mercado y neoliberalismo en Venezuela
- 35. La política social en Venezuela
- 36. Los partidos políticos en Venezuela II

De próxima aparición:

- Proceso de la cultura en Venezuela III
- La producción agrícola
- Análisis socioeconómico de Venezuela

Octavio Russo



FOTO: RAMÓN GRANDAL

PINTURAS

Después de una etapa -en los sesenta y hasta mediados de los ochenta- marcada por un dibujo figurativo de un agresivo expresionismo, Octavio Russo emprende una búsqueda pictórica muy comprometida con la pintura como oficio, goce y liberación.

Oficio en el manejo de los colores y de la composición, fundamentada en el cromatismo y el trazo, gracias a los cuales sus obras poseen no sólo la fuerza expresionista de los dibujos anteriores, sino también el equilibrio necesario para que esta fuerza no sea desorden y pueda convencer visualmente.

Goce en el acto de pintar, en su violencia corporal, en el enfrentamiento físico con los materiales, que queda plasmado en las líneas seguras, en la generosidad de la materia.

En esos momentos de su obra, reseñados en las exposiciones *Carne del Tiempo* (1989), *Septenarios* (1992) y *Tautologías* (1993), se estaban consolidando aspectos que se revelarán definitivos en esta muestra, *Antes del Paisaje*. Octavio Russo, que recoge su experiencia en el Costo del Orinoco.

Russo emprendió entonces un minucioso trabajo de campo, cuya bitácora está constituida por mapas, bocetos, fotografías, apuntes. En esta investigación contempla los aspectos más variados de una realidad global, que si bien está toda contenida en la naturaleza, se puede subdividir, únicamente con fines de estudio, en fauna, flora, clima, vida de los moradores, problemas ecológicos, etc. Este acercamiento categorizado tiene como fin lograr un conocimiento profundo y exhaustivo, que permita al artista una identificación, no con un tema (pintar el Costo del Orinoco) sino con la realidad apropiada. La realidad del Costo está ligada a los tiempos de sequía y los tiempos de crecida del río, y el artista incorpora no sólo estos dos momentos, esta doble naturaleza de la naturaleza, sino el fenómeno en sí del ciclo, del cambiar para seguir siendo igual, inmutable dentro de la alternancia.

Federica Palomero

Fragmento tomado del catálogo:
Antes del paisaje, Octavio Russo
Museo de Bellas Artes, Caracas.



Foto Miguel Angel Clemente

Hidromancias (a Francisco Tamayo)

3 fotografías en papel RC sobre tela,
crin y 7 canoas de madera.

1996-97

125 x 600 cms.

Colección del artista

Alguien nace en el suelo. Se levanta. Camina un poco, luego mucho hasta la punta, hasta el límite, que no cesa de ser el aquí y el después en el lugar que es Monagas, Temblador, el Amaná. Alguien se llama Octavio Russo.

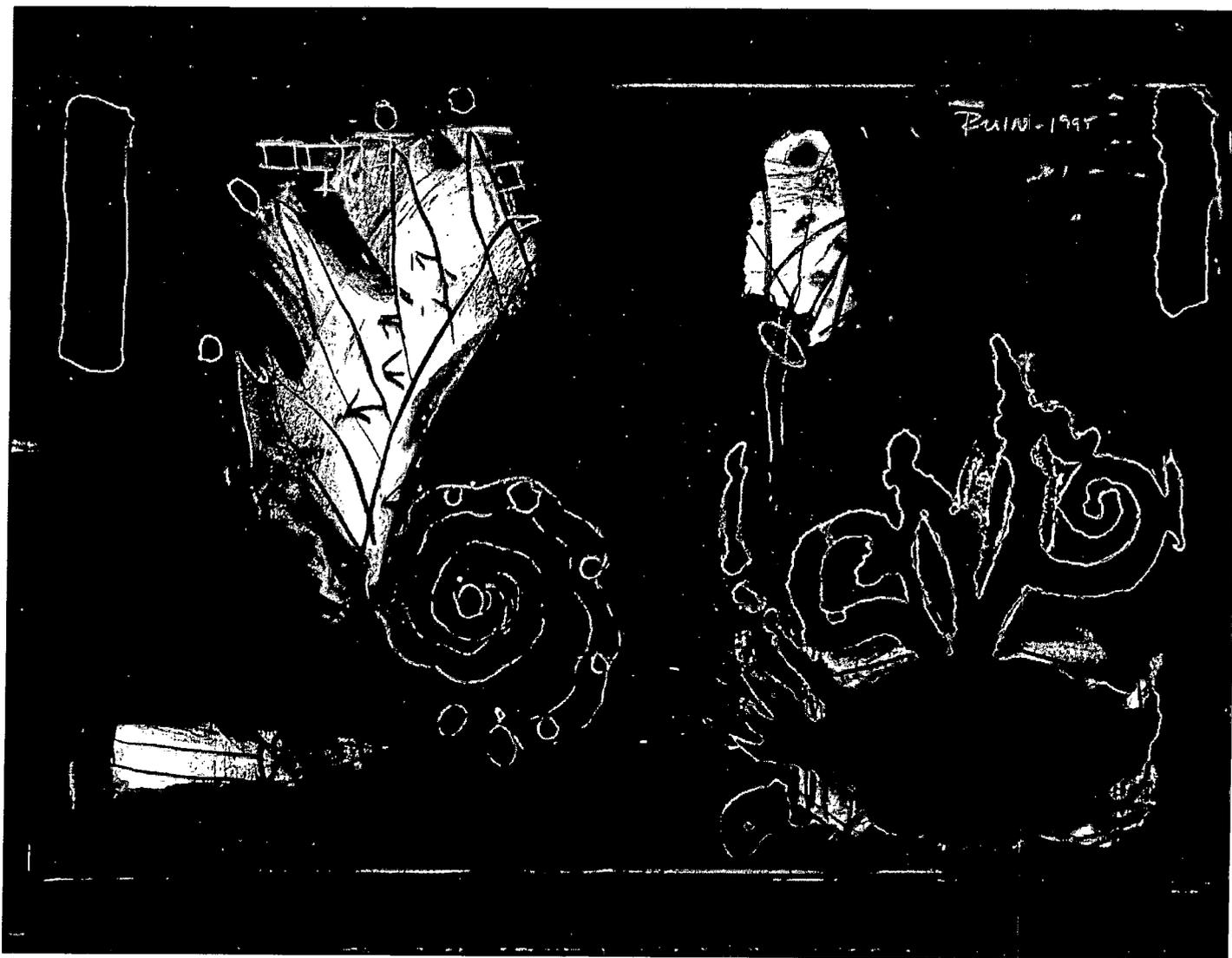
Ha ido hasta unos morichales y unos barrancos: lo que creía un alto o un vacío es igual al principio, al origen: suelo, largamente. Sigue: el centro está en todo. El círculo. Esta es la tierra. Un borde inmenso detrás del pasto.

Una orilla. Y arriba, donde giran el verano y el chubasco.

Un borde, sí, un borde: el viento mismo es ese filo. Corta, suelta la sombra.

La luz anda, pasa, no se queda, no se materializa en las formas.

Luis Alberto Crespo



S/título

Pigmento/resina sobre papel/tela
45 x 66.5 cms.

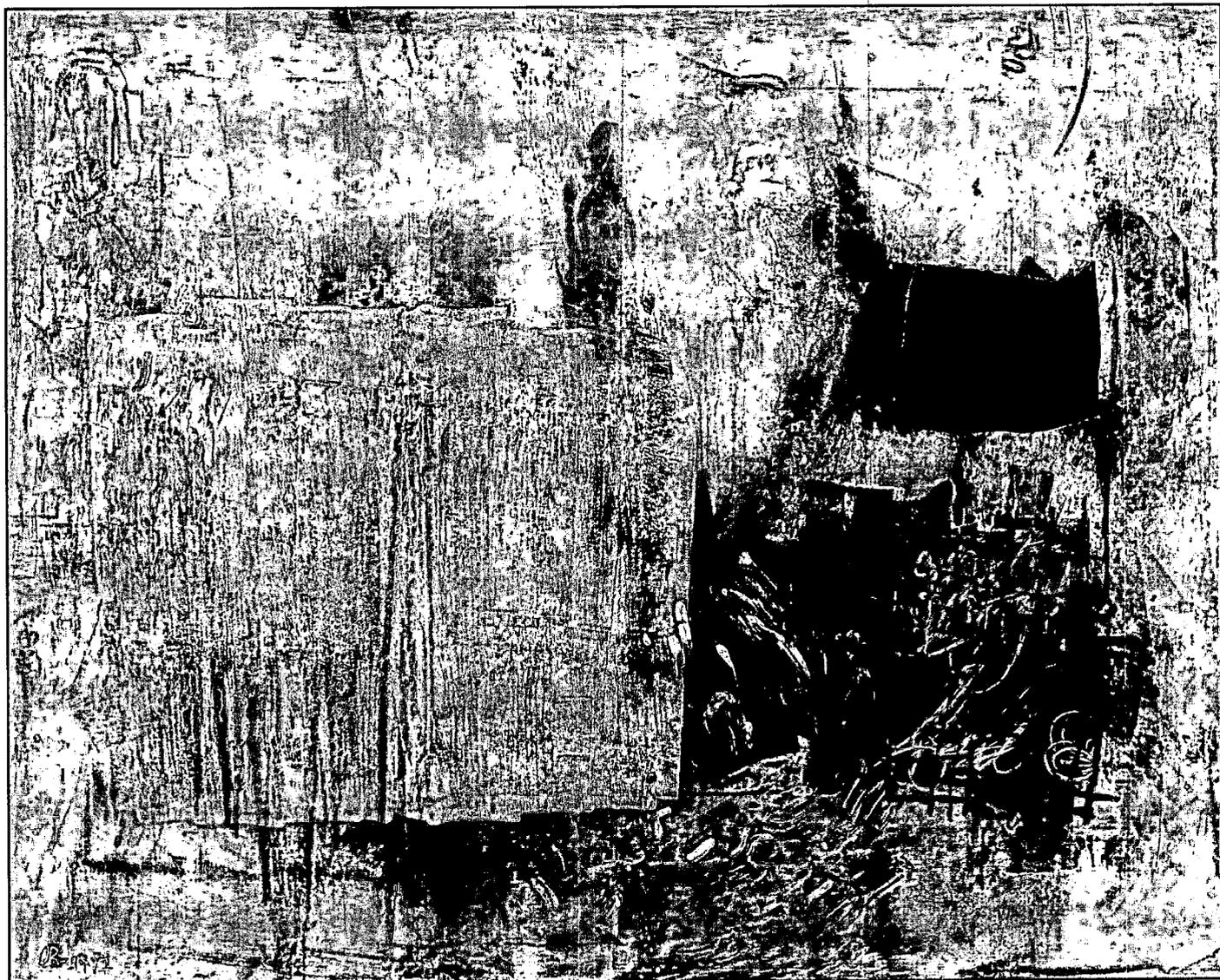


Foto Miguel Angel Clemente

Orinoco de tierra

Resina, pigmentos, carbón,
óleo, cera y crin sobre tela.

1997

240 x 300 cms.

Colección del artista

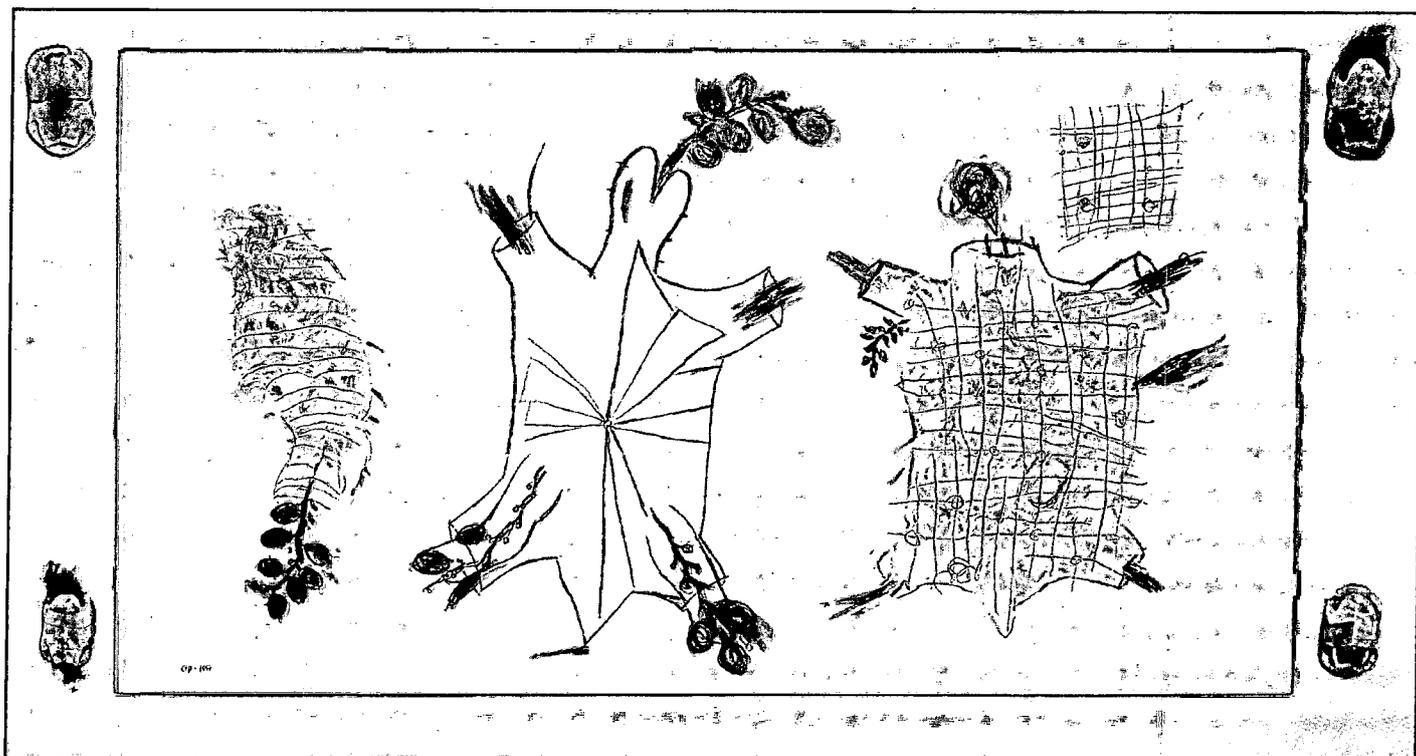


Foto Miguel Angel Clemente

Hueco

Carbón, esmalte y sanguina sobre papel.

1997

158 x 290 cms.

Colección del artista

Alguien nace en el suelo. Se detiene, se regresa al primer grito,
al primer respiro. Vuelve al agua donde se privaba y latía en lo oscuro.
Abre los ojos: es el Orinoco. Lo camina con su cuerpo, por dentro, encima.
No se ve porque no termina, porque es demasiado sin fin. Hay que entrarlo,
transcurrirlo. Octavio Russo nace nadando, por dentro, por fuera.
Prueba el polvo de la vastedad, sabe a irse. Toma un puño de ocre.
Otro de amarillo y de siena. Prosigue. Llueve de pronto. Camina, nada.
Ha llegado, se ha ido. Hay un Orinoco de tierra. La lluvia envejece.

Es verano.

Luis Alberto Crespo

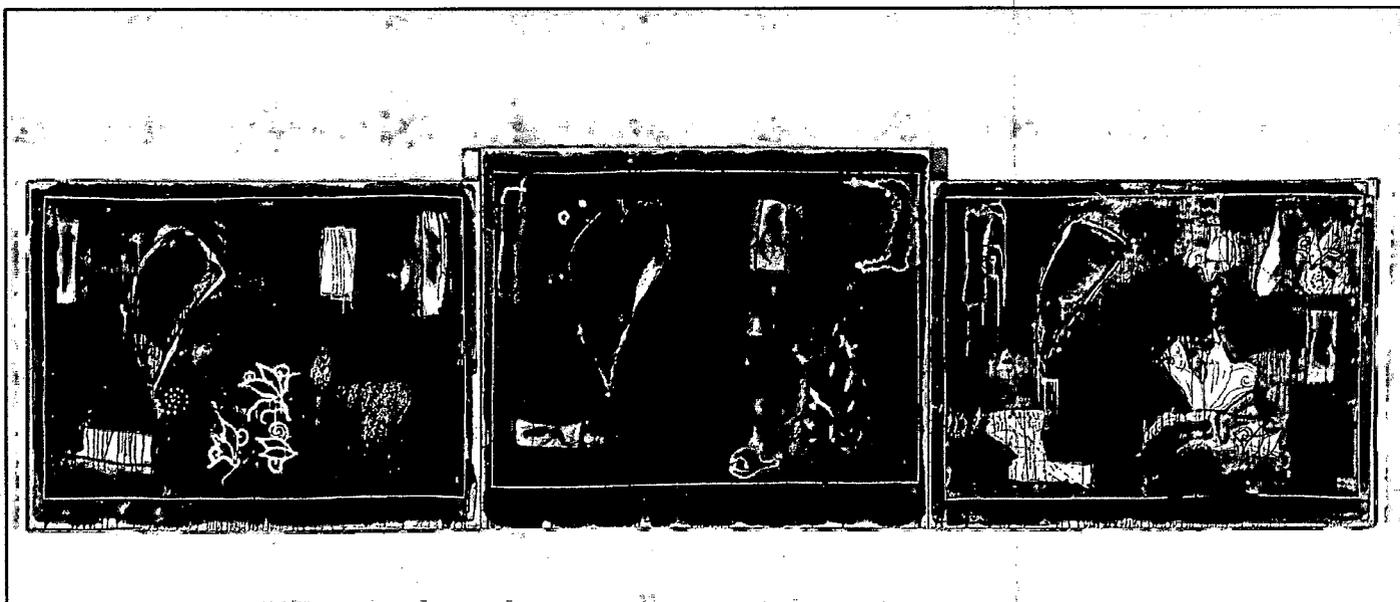


Foto Miguel Ángel Clemente

Boca de la noche

Resina, pigmentos, carbón y crin sobre tela.

1996

(Tríptico) 153 x 198, 169 x 198, 153 x 198 cms.

Colección del artista

Sólo quiere saber de qué está hecho un borde, una orilla. Quién es.
De Monagas quedan aquel morichal largo, aquel Amaná apurado.
Y los 9 años de suelo y torrentes. Allí estuvo el río. Ahí respiró.
Comió de esa palma. Ese árbol. La marca de su precipicio quedó en el tronco.
Mira, ésta es su marca, la huella de su devoración y los restos de la muerte
sobre el pantano. ¿Dónde estamos, Octavio?

Luis Alberto Crespo

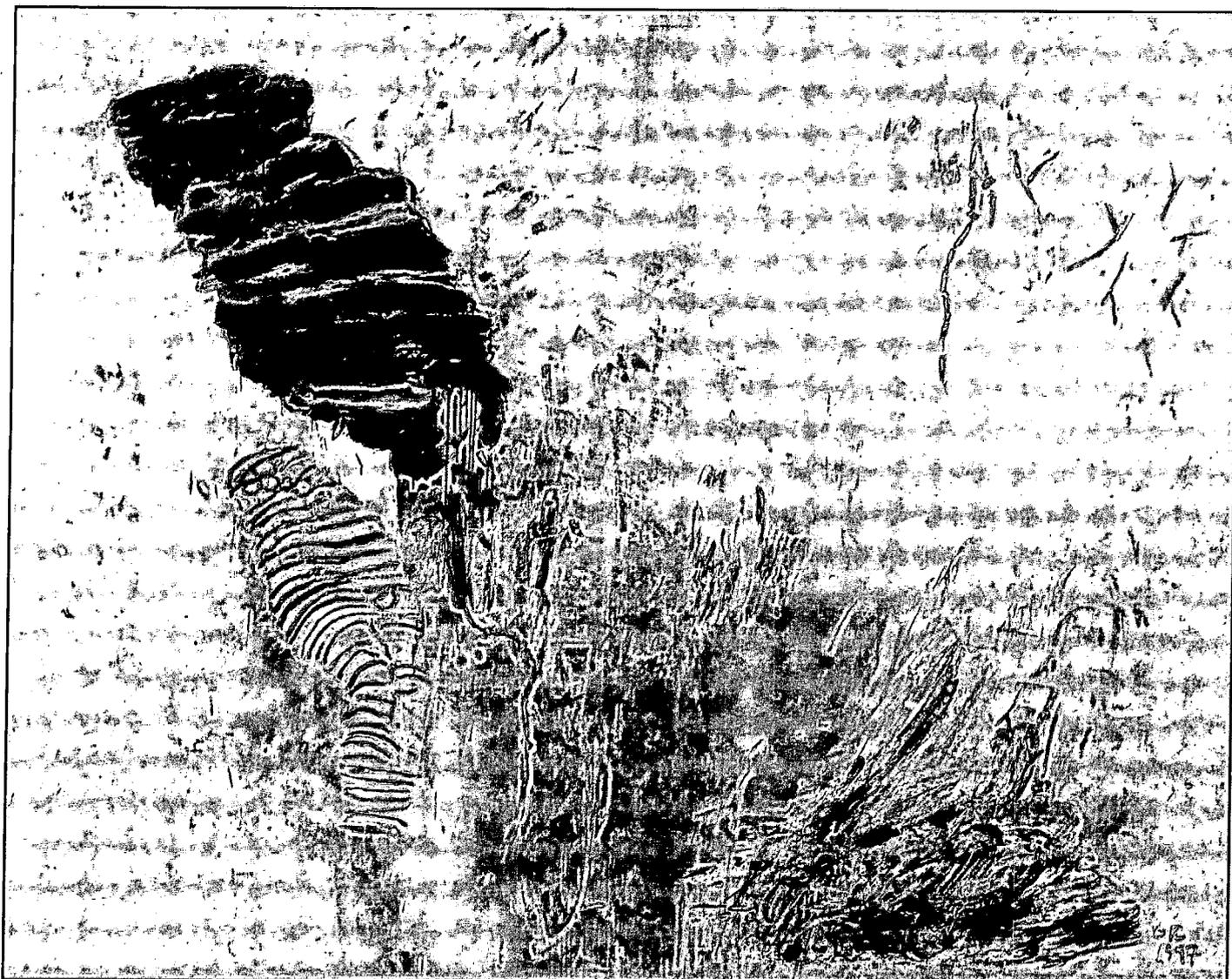


Foto Miguel Angel Clemente

Admoniciones

Oleo sobre tela.

1997

240 x 300 cms.

Colección del artista

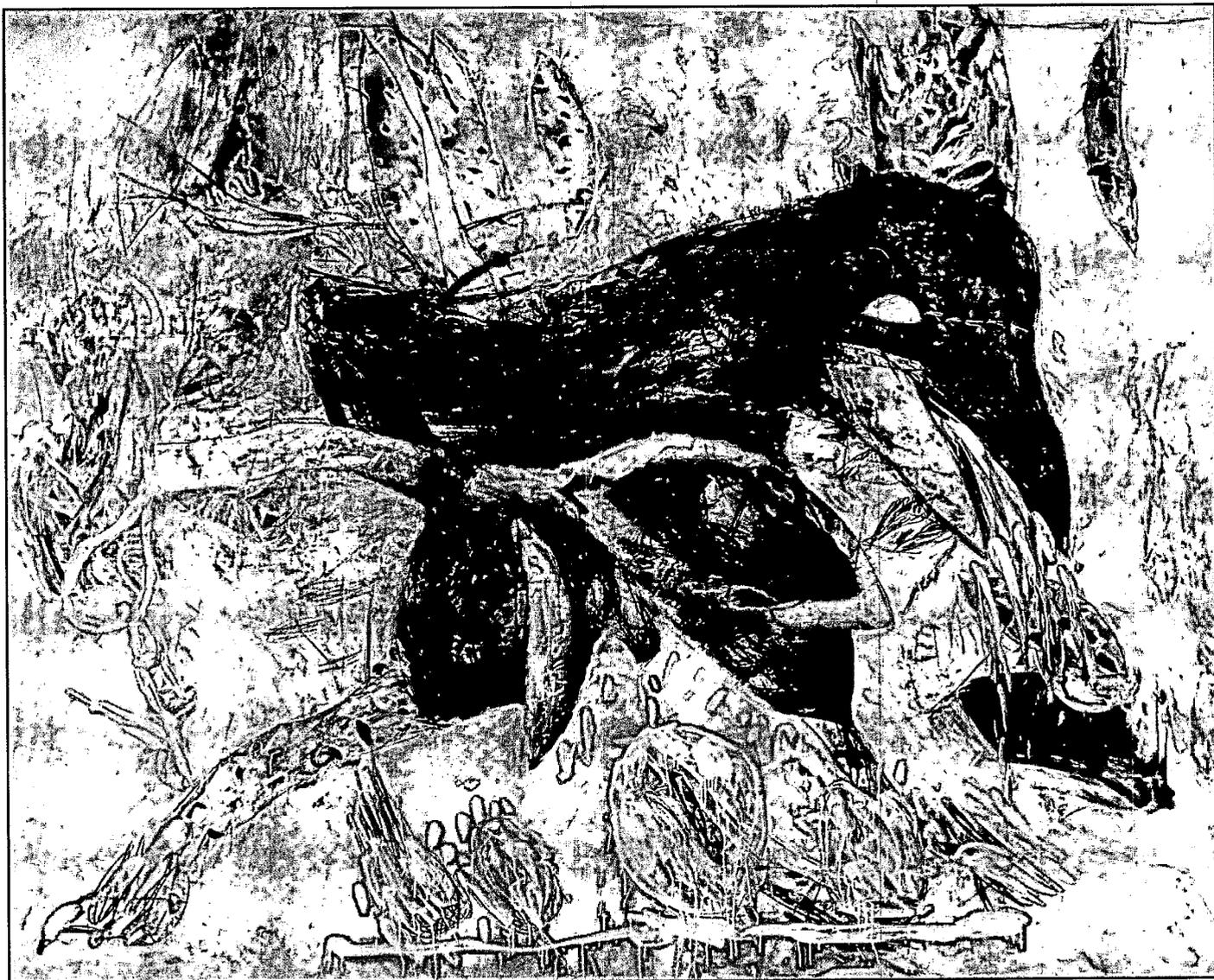


Foto Carlos Germán Rojas

Pájaro bravo

Oleo y acrílico sobre tela.

1992

240 x 300 cms.

Colección Museo Jacobo Borges

Mira para atrás. Es lo mismo, dice. Un borde. En todo. Un límite de Orinoco de tierra y de agua. El padre achica la tierra yendo y viniendo con el hijo sobre los hombros del automóvil, la canoa, el caballo, las piernas. ¿Qué es aquí, Octavio? Aquí es lo que deja el río. El Costo. Queda en otro país. El país del límite vivo. Desde el Meta hasta el Delta. El país del límite vivo y muerto. Afuera, adentro.

Luis Alberto Crespo



Foto Miguel Angel Clemente

Chimire

Resina, pigmentos y óleo
sobre papel montado en madera.

1998

28.5 x 33.5 cms.

Colección del artista



Foto Miguel Angel Clemente

Delta

Esmaltes y resinas alquídicas, pigmentos
y carbón sobre tela.

1991

240 x 300 cms.

Colección Museo de Arte Mario Abreu

Es la llanura y no el llano como pertenencia,
porque aquélla lleva en su acepción un sentimiento.

Y más que llanura es Costo Orinoco, porque el río crea/suscita la temática
del límite, de la orilla y la fragmentación del lugar y la duración cuyo centro
expandido es llanura, suelo que pisa y nos pisa, nos desanda, nos sumerge.

Luis Alberto Crespo



Foto Miguel Angel Clemente

¡Cuidado con el perro!

Esmaltes y resinas alquídicas,
pigmentos y carbón sobre tela.
1991

300 x 400 cms.

Colección del artista

comunicación

Ocho mitos de una cultura

que comienza • Renny, apuntes

para un mito • Lady Di:

del trágico cuento de hadas

a la leyenda • Maradona,

ascenso y caída de un héroe

• Industria cultural: ¿un nombre

para designar la actual fábrica

de mitos? • El mercado

de los mitos • La identidad

de la Comunicación

Organizacional

• La investigación

de la comunicación para

el desarrollo • Muerte

y resurrección de Ernesto Che

Guevara • Indices de sufrimiento

e industrial cultural

• Lady Diana, medios y mito.

El aire del tiempo (Conversación

con Michel Maffesoli)

• Análisis del discurso político

de Hugo Chávez Frías.

Gesta de un mesías

• Análisis del entorno

electoral nacional. Visión

de las encuestas • Un fantasma

llamado Política Cultural

