

# comu nica ción

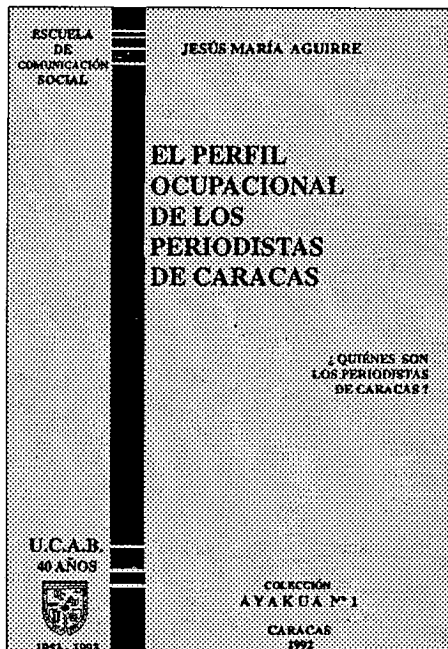
Estudios venezolanos  
de comunicación  
Nº 81

Primer trimestre 1993



# Consumo cultural

**DOSSIER: Índice (1975-1992)**



AGUIRRE, Jesús María.

**El perfil ocupacional de los periodistas de Caracas. ¿Quiénes son los periodistas de Caracas?.** UCAB. Caracas, 1992. 100 pp.

La investigación sobre El perfil ocupacional de los periodistas de Caracas concurre en un momento importante. Un momento en donde las cosas se están replanteando, en donde la universidad y su quehacer social están siendo redefinidos. Es importante el "aquí y el ahora" de la profesión; pero además debemos ser capaces de dar un salto que vaya más allá del inmediatismo problemático que viven las Escuelas de Comunicación Social, y en ese sentido, no debemos ser reduccionistas en los análisis de un "aquí y un ahora" que tiene raíces profundas. Pero para llegar allí requerimos de evaluaciones completas y serias, que rebasen la retórica subjetiva e intersubjetiva en la que estamos imbuidos; la realidad es compleja y se torna más compleja; las razones dualistas no nos sirven ya.

Marcelino Bisbal

# comunicación

Estudios venezolanos de comunicación

Perspectiva Crítica y Alternativa

Integrante de la Red Iberoamericana  
de Revistas de Comunicación y Cultura

## SUMARIO

### PRESENTACION

#### ENTRADA

- **Comunicación y consumo en tiempos neoconservadores** 3  
Néstor García Canclini
- **Memoria del tiempo nuevo** 12  
Agustín Martínez
- **Transformación social y creación cultural** 14  
Cornelius Castoriadis
- **McLuhan, comunicación, cultura y postmodernidad** 23  
David De Los Reyes
- **Toffler: ¿y si también tiene razón?** 30  
Miguel Cabrera Bilners

#### ESTUDIOS

- **La cultura mediatizada** 34  
Olga de Alvarez
- **Posmodernismo, desarrollo y voces subalternas** 42  
Claudio Lima Costa / Leonardo Salazar
- **América Latina: un dispositivo cultural** 51  
María Eugenia Esté

#### HABLEMOS

- **María Cristina Mata: El consumo desde una perspectiva crítica** 56  
Carlos Correa

#### INFORMACIONES

60

#### RESEÑA

63

#### DOCUMENTOS

66

#### Director

Carlos Correa

#### Editor / Jefe de Redacción

Marcelino Bisbal

#### Consejo de Redacción

Jesús María Aguirre

Francisco Tremonti

José Ignacio Rey

Marta Aguirre

Gustavo Hernández

Juan Barreto

Mauricio Hernández

Carlos Correa

Marcelino Bisbal

#### Diseño y Diagramación

Argenis Girón

(Gráficas Chemar)

#### Impresión

Gráficas León S.R.L.

Número suelto: Bs. 200,00

#### Suscripción

(4 números al año)

Venezuela: Bs. 700,00

Extranjero: US\$ 26

(vía aérea)

América: US\$ 14

(vía superficie)

Europa y resto del mundo:

US\$ 30 (vía aérea)

Envíe su pago a:

Centro Gumilla

Edificio Centro Valores,

Local 2

Esquina de la Luneta,

Altigracia

Apartado 4838

Teléfonos: 564.98.03

564.75.57 y 564.58.71

Fax: (02) 561.82.05

Caracas 1010-A-Venezuela

Depósito Legal

pp 76-1331

**A**ntes que presentar al número, creemos que debemos dar alguna explicación en relación a este cambio de formato que está "sufriendo" nuestra revista. **Comunicación** ya ha cumplido diecisiete años, y durante ese tiempo son realmente pocos los cambios que le hemos imprimido, a lo más el tamaño de la revista y la presentación de sus textos. Alguien diría que fueron simples retoques formales, pero en el fondo significaron ofrecerle al lector una transformación funcional de la publicación. Transformación que corría pareja con el contenido, porque estamos hoy convencidos que las formas afectan al significado.

**Comunicación** comienza ahora una segunda etapa como publicación que sigue estando orientada al análisis, difusión y reseña del hecho comunicacional y su práctica en lo social. El texto que nos define, aún a pesar de todos los cambios ocurridos, seguirá siendo el mismo: "Estudios venezolanos de comunicación. Perspectiva crítica y alternativa". Sin embargo se están abriendo nuevos horizontes de percepción que son el producto de la interrelación cada día mayor entre comunicación, cultura y vida cotidiana, y nosotros también queremos estar allí presentes.

Ahora sabemos, siguiendo a un especialista en la sociología del diseño gráfico (Roger Chartier) que "el significado de un texto no se deduce exclusivamente de sus recursos verbales, sino también de toda una serie de dispositivos gráficos, como son la elección de la letra, la confección de la página, o el formato que le sirve de soporte". Por ello que **Comunicación** da un salto hacia este formato que hoy estamos viendo y palpando, se trata de darle al trabajo investigativo y su difusión-análisis una mejor presentación formal, por aquello del "efecto social de las formas" y tratando de ofrecerles esa nueva percepción simbólica de la comunicación como práctica social y su relación indiscutible con la cultura y la vida cotidiana. Y apoyándonos en el nuevo

formato, hemos querido dar cuenta de esa interrelación a través de una nueva estructura de contenido con nuevas secciones que hoy se abren en **Comunicación**: **ENTRADA**, textos de versión ligera, quizás menos rigurosidad en su tratamiento como pieza de investigación, pero de profundidad y no necesariamente ligados al tema central; **ESTUDIOS**, esta vez acompañados con los respectivos resúmenes o "abstract" en español e inglés para acceder a las bases de documentación ya constituidas en Venezuela, América Latina y el resto del mundo. Su temática debe girar en torno al tema central; **HABLEMOS**, breve entrevista o conversación con un especialista o estudioso del tema central del número; las conocidas secciones de **INFORMACIONES** y **RESEÑA** (antes Guía Bibliográfica); y se cierra con la requerida sección de **DOCUMENTOS**, aquí seremos más rigurosos en la selección.

¡Ahora sí! Este primer número del año 1993 (Nº 81. Primer Trimestre de 1993) lo hemos querido dedicar al tema del **CONSUMO CULTURAL**. La temática sigue siendo discurrida en diversas esferas desde, y fundamentalmente, la óptica economicista. A partir de la racionalidad allí presente (racionalidad económica) se entra a considerar aspectos como necesidades (reales o creadas), valores de los productos, plusvalía... pero no presenciamos desde esa perspectiva qué resortes de tipo cultural/comunicacional se mueven en el quehacer de consumir objetos, ya sean estos materiales o simbólicos, aunque los primeros siempre nos van a remitir a signos evidentemente comunicacionales. De alguna manera se trata de dar algunas pistas, habrá que comprobarlas en el campo, de por qué en la práctica de la cotidianidad, en donde la comunicación-cultura son piezas importantes a no dejar de lado, la gente consume en términos de "racionalidad sociocultural", de por qué los distintos actores sociales se orientan cada día más hacia una

forma muy específica de cultura, y por qué hoy día es cada vez más impreciso hablar de "alta cultura" (o cultura de élites) y de "cultura Popular" (o baja cultura).

Hoy día considerar una temática tan relevante significa adentrarnos en los procesos de globalización que está sufriendo el mundo. Globalización que no traspasa solamente la complicada esfera económica, sino que va más allá y que se adentra en la complejidad cultural. Es en la esfera de la cultura en donde vamos a encontrar, sospechamos nosotros y ello es lo que orienta a este número de **Comunicación**, las significaciones necesarias para entender los nuevos tiempos "en acto" que estamos viendo aparecer y cómo ellos están orientando las prácticas sociales de la gente y cómo están haciendo surgir prácticas culturales y comunicacionales distintas en las nuevas generaciones.

Estas breves consideraciones teóricas, desde diversas posturas, son las que conforman el número. De ahí que se hable de "Comunicación y consumo en tiempos neoconservadores" (Néstor García Cancellini); "Transformación social y creación cultural" (Cornelius Castoriadis); "La cultura mediatizada" (Olga de Alvarez); "América Latina" un dispositivo cultural" (María Eugenia Esté); "El consumo desde una perspectiva crítica" (con María Cristina Mata); y otra temática que está girando en torno al núcleo temático que define al número.

Ojalá que este esfuerzo que una vez más estamos alzando sea de utilidad para el lector, ya sea este profesional o no, y así poder entender los tiempos que corren. Tiempos que algunos han llamado del "desarreglo" y otros han dicho que son del desarraigo, y algunos otros los consideran como "tiempos de tránsito" para llegar a las puertas de "otros tiempos" y que a lo mejor, como decía Umberto Eco, deberán ser considerados como la primera manifestación de nuevas situaciones antropológicas.

# PRESENTACION

COMUNICACION

## Comunicación y consumo en tiempos neoconservadores

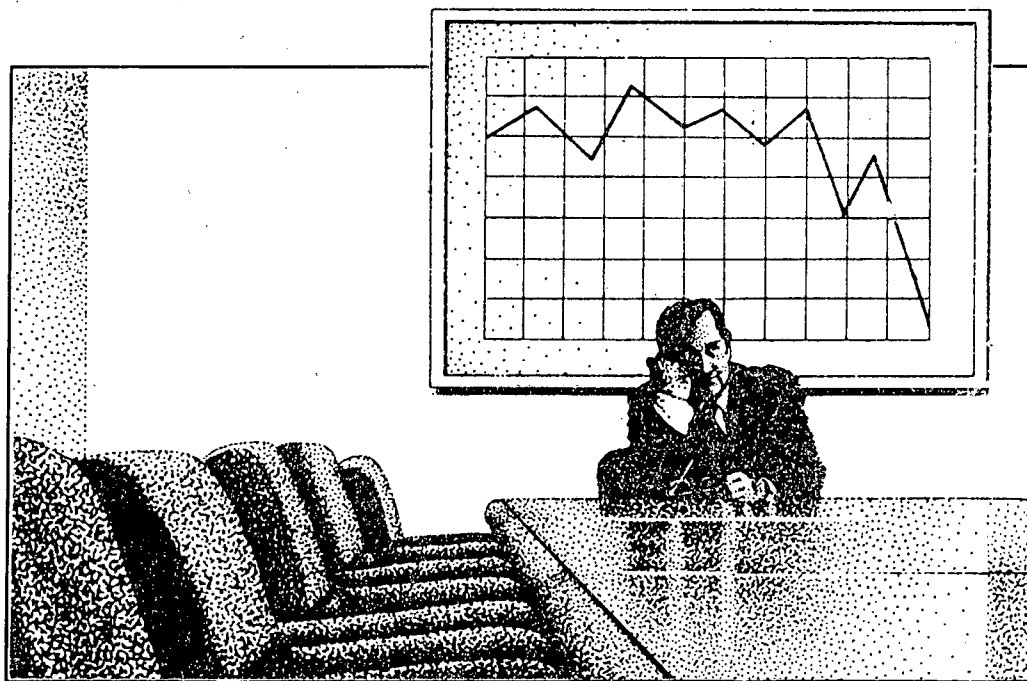
Néstor García Canclini

Se me ocurren dos posibles maneras de participar en esta reunión dedicada a construir una mirada sobre los estudios de comunicación desde otras ciencias sociales. Un modo sería describir y valorar cómo las investigaciones comunicacionales han hecho visibles áreas del desarrollo cultural (las nuevas tecnologías de la imagen) y han generado enfoques innovadores respecto de campos ya trabajados por otras disciplinas (la educación, el desarrollo rural y urbano, la propaganda política, etc.). Quizá otros, con más erudición, puedan hacerlo. Pero, además de la deficiencia personal de información, el predominio de preguntas y las incertidumbres teóricas sobre las respuestas me hacen preferir una segunda opción.

Quiero hablar de cómo me he encontrado con los estudios comunicacionales desde la antropología y la sociología de la cultura al analizar en los últimos años el consumo cultural en México. Debido a que este tema es uno de los que más obligan a vincular lo que varias disciplinas conocen de él y al hecho de haberlo venido elaborando con un grupo de antropólogos y comunicólogos,<sup>1</sup> en cada momento las tensiones y las promesas entre los estilos de investigación se volvían evidentes.

Por razones de extensión limitaré este texto a dos objetivos: a) confrontar los principales modelos teóricos con que diversas ciencias sociales analizan el consumo cultural; b) preguntarnos cómo combinar esos modelos para estudiar las estructuras particulares de comunicación, consumo y recepción de los bienes culturales en la actual crisis latinoamericana.

Cuando recorremos las investigaciones sobre consumo, audiencias y recepción en América Latina, encontramos que las teorías producidas tienen un débil consenso, limitado casi siempre a la disciplina en que se generan. Por eso mismo, una tarea



necesaria es poner en relación estos enfoques parciales: lo que la economía sostiene acerca de la racionalidad de los intercambios económicos con lo que antropólogos y sociólogos afirman sobre las reglas de la convivencia y los conflictos, y con lo que las ciencias de la comunicación estudian respecto al uso de los bienes como transmisiones de información y significado. (Se verá que algunos de los autores que más nos ayudan a reelaborar la problemática del consumo —Pierre Bourdieu, Mary Douglas y Michel de Certeau— son quienes se sitúan en observatorios transdisciplinarios para estudiar estos procesos).

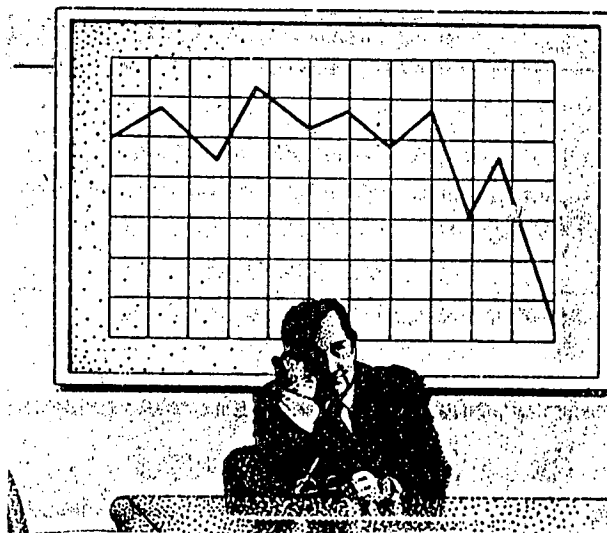
La desconexión entre estas mira-

das de lo social no se debe sólo a la compartimentación de las disciplinas que lo estudian. Tiene su correlato, sobre todo en las grandes ciudades, en la fragmentación de las conductas. La gente consume en escenarios de diferentes escalas y con lógicas distintas, desde la tienda de la esquina y el mercado barrial hasta los macrocentros comerciales y la televisión. Sin embargo, como las interacciones multitudinarias y anónimas se hallan entrelazadas con las interacciones pequeñas y personales, se vuelve necesario pensarlas en relación.

Hemos aprendido en los años recientes que la organización multitudinaria y anónima de la cultura

no lleva fatalmente a su uniformidad. El problema principal con que nos confronta la masificación de los consumos no es el de la homogeneización, sino el de las interacciones entre grupos sociales distantes en medio de una trama comunicacional muy segmentada. Las grandes redes de comercialización presentan ofertas heterogéneas que se relacionan con hábitos y gustos dispares. En la ciudad de México hallamos grupos bien diferenciados entre los consumidores. Para hablar únicamente de las preferencias musicales, es entre las personas con más edad y menor nivel escolar donde aparece el mayor número de seguidores de las canciones tropicales y rancheras; la música clásica y el jazz atraen, sobre todo, a los profesionales más jóvenes y adolescentes. Las personas van quedando ubicadas en ciertos gustos musicales y en modos divergentes de elaboración sensible según las brechas generacionales, las distancias económicas y educativas.<sup>2</sup>

Pese a las acusaciones hechas a las industrias culturales de homogeneizar a los públicos, el estudio de los consumos presenta una estructura relativamente desarticulada. ¿Cómo pensar juntos los fragmentos, las conductas dispersas, en una visión compleja del conjunto social? ¿Tiene sentido en nuestras atomizadas sociedades, donde circulan simultáneamente mensajes tradicionales, modernos y postmodernos, juntar, no bajo un modelo teórico sino en una perspectiva multifocal, lo que la gente hace en el trabajo y en los tiempos de ocio, en espacios urbanos desconectados y en generaciones alejadas? ¿Cómo articular lo que la economía y las ciencias de la comunicación describen sobre las estrategias transnacionales de las empresas y la publicidad con la visión microsociedad que la antropología ofrece al observar grupos pequeños? Esta necesidad de estudiar conjuntamente los múltiples tipos de consumo se vuelve más imperiosa cuando se diseñan políticas culturales que de algún modo deben plantearse la cuestión de la totalidad social.



### ¿POR QUÉ CONSUME LA GENTE?

Los economistas han desarrollado las teorías formalmente más sofisticadas sobre esta cuestión vinculando los comportamientos de los consumidores con las relaciones entre precios y salarios, con la inflación, las leyes de expansión y contracción de los mercados.<sup>3</sup> Pero cuando estas explicaciones resultan insuficientes —lo cual sucede apenas se quiere superar las previsiones de corto plazo— los analistas económicos incorporan “argumentaciones” psicológicas sobre las ambiciones humanas, las oscilaciones del gusto o la persuasión publicitaria que los especialistas desechan hoy por rudimentarias. Algo semejante ha ocurrido con los estudios funcionalistas y conductistas sobre “usos” y “gratificaciones”: pretendían entender los efectos de los medios masivos con una visión técnicamente compleja de la comunicación, pero demasiado simple respecto de la estructura social, los procesos psíquicos de los sujetos y, sobre todo, de las múltiples mediaciones lingüísticas, institucionales y grupales que intervienen.<sup>4</sup>

A la inversa, los especialistas de las ciencias sociales blandas —antropología, sociología, psicoanálisis— construimos interpretaciones más atentas al aspecto cualitativo de las interacciones sociales que ocurren cuando la gente compra ropa o

alimentos, mira tantas horas por día televisión, va o no al cine. Pero casi nunca tomamos en cuenta la estructura de los mercados, las políticas macroeconómicas, o partimos de algunos lugares comunes sobre esos condicionamientos divulgados hace varias décadas. En los mejores casos, perseguimos pistas keynesianas y marxistas cuando la economía mundial está pensando si es posible superar a Milton Friedman.

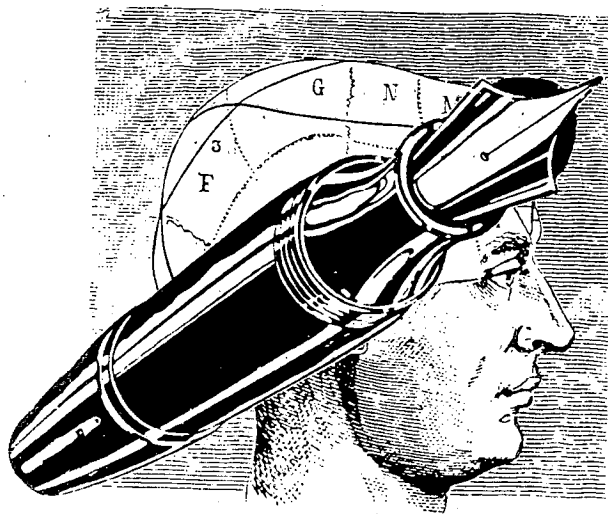
Pareciera que no estamos aún en condiciones de proponer explicaciones transdisciplinarias. Quedaría elegante invocar aquí las dificultades que genera la multiplicación de investigaciones en cada ciencia social, las exigencias de especialización que hacen difícil estar informando qué sucede fuera de la propia disciplina (o del área que uno cultiva), y encima la crisis de paradigmas que hace inseguro el conocimiento. Todo esto influye; sin duda, en los estudios internacionalistas sobre consumo, pero en América Latina hay una explicación más elemental: ¿cómo vamos a encarar los problemas pluridisciplinarios en este campo si casi no existen investigadores especializados en el consumo?

¿Qué hacer, entonces? Poner en relación brevemente las teorías más atendibles en el actual debate sobre el consumo y la recepción, señalando algunas de las limitaciones o dificultades. Para restringir un poco las comparaciones posibles me concentraré primero en dos cuestiones: qué se entiende por consumo y por qué consume —más o menos— la gente. Voy a ocuparme de seis modelos teóricos, provenientes de diversas disciplinas, que tal vez sean los más fértiles en la actualidad. Pero antes es preciso despejar el camino recordando que la construcción de los modelos más elaborados ha sido posible a partir de la crítica a dos nociones: la de las necesidades y la de bienes.

Hay que descartar, ante todo, la *concepción naturalista de las necesidades*. Puesto que no existe una naturaleza humana inmutable, no podemos hablar de necesidades naturales, ni siquiera para referirnos a

esas necesidades básicas que parecen universales: comer, beber, dormir, tener relaciones sexuales. La necesidad biológica de comer, por ejemplo, es elaborada con tal variedad de prácticas culturales (comemos sentados o parados; con uno, tres, seis cubiertos, o sin ellos; tantas veces por día; con distintos rituales) que hablar de una necesidad universal es decir casi nada. Lo que llamamos necesidades —aun las de mayor base biológica— surgen en sus diversas “presentaciones” culturales como resultado de la interiorización de determinaciones de la sociedad y de la elaboración psicosocial de los deseos. La clase, la etnia o grupo al que pertenecemos nos acostumbra a necesitar tales objetos y a apropiarlos de cierta manera. Y, como sabemos, lo que se considera necesario cambia históricamente, aun dentro de una misma sociedad. El carácter construido de las necesidades se vuelve evidente cuando advertimos cómo se convirtieron en objetos de uso normal bienes que hace treinta o cuarenta años no existían: ¿cómo podían vivir nuestros padres sin televisor, refrigerador ni lavadora?

Luego, hay que cuestionar el correlato de la noción naturalista de necesidad, que es *la concepción instrumentalista de los bienes*. En el sentido común se supone que los bienes serían producidos por su valor de uso, para satisfacer necesidades: los autos servirían para viajar, los alimentos para nutrirse y los videos para entretenerse. Se imagina una organización “natural” en la producción de mercancías, acorde con un repertorio fijo de necesidades. A la crítica novecentista que descubrió la frecuencia con que el valor de cambio prevalece sobre el de uso, nuestro siglo añade otras esferas de valor —simbólicas— que condicionan la existencia, la circulación y el uso de los objetos. Estos se hallan organizados, en su abundancia y su escasez, según los objetivos de reproducción ampliada del capital y de distinción entre las clases y los grupos. ¿Por qué predominan los autos sobre el transporte colectivo? No es la necesidad de trasladarse, ni la ló-



gica del valor de uso, sino la lógica de la ganancia de los productores y de las diferencias entre los viajeros lo que rige esa opción.

Al desechar la concepción naturalista de las necesidades y la visión instrumentalista de los bienes se vuelve evidente la simpleza de los conductistas cuando definen el consumo como la relación que se establece entre un conjunto de bienes creados para satisfacer un paquete de necesidades, como una relación estímulo respuesta. No existe correspondencia mecánica o natural entre necesidades y objetos supuestamente diseñados y producidos para satisfacerlas.

Para tomar en cuenta la variedad de factores que intervienen en ese campo, podemos definir inicialmente *el consumo como el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos*. Esta ubicación del consumo como parte del ciclo de producción y circulación de los bienes permite hacer visible, según se notará en seguida, aspectos más complejos que los encerrados en “la compulsión comunista”. También ayuda a registrar en los estudios bastante más que los repertorios de gustos y actitudes que catalogan las encuestas de mercado. Pero esta ubicación del consumo en el proceso global de la producción no sólo ofrece ventajas sino dificultades: la lógica económica, que concibe en forma sucesiva la producción, la circulación y

el consumo, suele colocar a este último como momento terminal del ciclo; se vuelve arduo conciliar este momento con otras teorías, como las de la recepción literaria, que señalan la interacción entre productores y consumidores. No oculto cierta incomodidad ante el término *consumo*, excesivamente cargado por su origen económico; pese a su insuficiencia lo veo como más potente para abarcar las dimensiones no económicas que las otras nociones afines: recepción, apropiación, audiencias o usos.

*Modelo 1: el consumo es el lugar de reproducción de la fuerza de trabajo y de expansión del capital.* Todas las prácticas de consumo, actos psicosociales tan diversos como habitar una casa, comer, divertirse, pueden entenderse, en parte, como medios para renovar la fuerza laboral de los trabajadores y ampliar las ganancias de los productores. En esta perspectiva, no es la demanda la que suscita la oferta, no son las necesidades individuales ni colectivas las que determinan la producción de bienes y su distribución. Las “necesidades” de los trabajadores, su comida, su descanso, los horarios de tiempo libre y las maneras de consumir en ellos, están organizados según la estrategia mercantil de los grupos hegemónicos. La incitación publicitaria a consumir, y a consumir determinados objetos, el hecho de que cada tanto se los declare obsoletos y se los reemplace por otros, se explican por la tendencia expansiva del capital que busca multiplicar sus ganancias.

Esta es una de las explicaciones de por qué ciertos artículos, sumtuarios cuando aparecen en el mercado, al poco tiempo se vuelven de primera necesidad: los televisores, las videocasetas, la ropa de moda. Sin embargo, el aislamiento de este aspecto en la organización del consumo lleva al economicismo y a una visión maquiavélica: conduce a analizar los procedimientos a través de los cuales el capital, o “las clases dominantes”, provocan las denominadas necesidades “artificiales” y establecen modos de satisfacerlas en

función de sus intereses.<sup>5</sup> Si no hay necesidades naturales, tampoco existen las artificiales; o digamos que todas lo son en tanto resultan de condicionamientos socioculturales.

Por eso, la dimensión cultural del consumo y las formas de apropiación y usos deben ser tan centrales en la investigación como las estrategias del mercado. Entendemos el estudio del consumo no sólo como la indagación estadística del modo en que se compran las mercancías, sino también como el conocimiento de las operaciones con que los usuarios seleccionan y combinan los productos y los mensajes. Para decirlo con Michel de Certeau: cómo los consumidores mezclan las *estrategias* de quienes fabrican y comercian los bienes con las *tácticas* necesarias para adaptarlos a la dinámica de la vida cotidiana.<sup>6</sup> Es necesario conocer cómo se articula la racionalidad de los productores con la racionalidad de los consumidores: éste es el ámbito donde puede instalarse la colaboración de la economía con el saber antropológico y con los estudios comunicacionales sobre recepción.

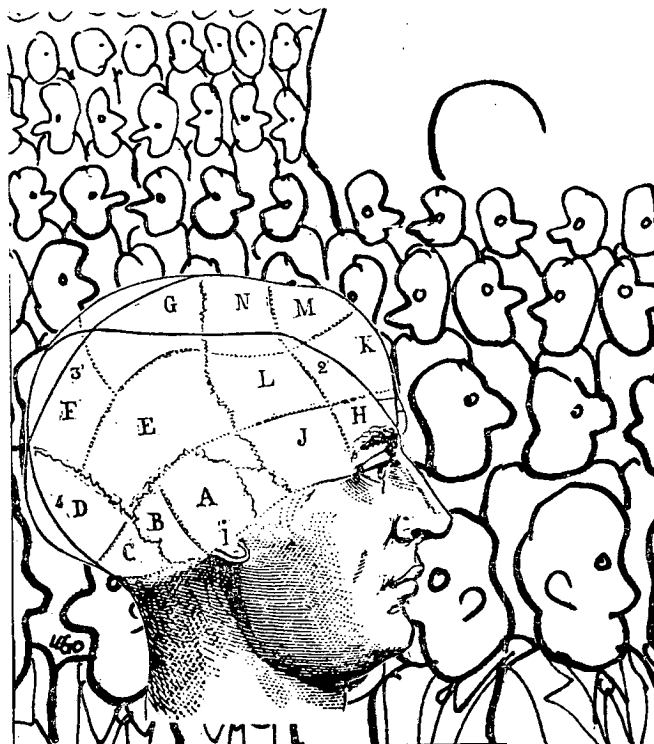
*Modelo 2: el consumo es el lugar donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social.* Si bien desde la perspectiva de los productores y de la reproducción del capital el incremento del consumo es consecuencia de la búsqueda de un lucro mayor, desde el ángulo de los consumidores el aumento de los objetos y de su circulación es resultado del crecimiento de las demandas. Como escribió Manuel Castells, el consumo es el lugar en el que los conflictos entre clases, originados por la desigual participación de la estructura productiva, se continúan a propósito de la distribución y apropiación de los bienes.<sup>7</sup> Este giro de la mirada sirve para rectificar el enfoque unidireccional expuesto en el modelo anterior. De ver al consumo como un canal de imposiciones verticales pasamos a considerarlo un escenario de disputas por aquello que la sociedad produce y por las maneras de usarlo. Reconocer este carácter interactivo

del consumo y su importancia en la vida cotidiana ha contribuido a que los movimientos políticos no se queden sólo en las luchas laborales e incorporen demandas referidas a la apropiación de los bienes (agrupaciones de consumidores, de radioescuchas, etc.).

*Modelo 3: el consumo como lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos.* En sociedades que se pretenden democráticas, basadas por lo tanto en la premisa de que los hombres nacen iguales (sin superioridades de sangre ni de nobleza), el consumo es el área fundamental para construir y comunicar las diferencias sociales. Ante la masificación de la mayoría de los bienes generada por la modernidad—educación, alimentos, televisión—, las diferencias se producen cada vez más no por los objetos que se poseen sino por la forma en que se los utiliza: a qué escuela se envía a los hijos, cuáles son los rituales con que se come, qué películas se rentan en los videocentros. Contribuye a este papel decisivo del consumo cultural el hecho de que muchas distinciones entre las clases y fracciones se manifiestan, más que en los bienes materiales ligados a la producción (tener una fábrica o ser asalariado en ella), en las maneras de transmutar en signos los objetos que se consumen. Estudios como los de Pierre Bourdieu<sup>8</sup> revelan que, para ocultar las diferencias por las posesiones económicas, se busca que la distinción social se justifique por los gustos que separan a unos grupos de otros. Una dificultad que suele haber en estas investigaciones sobre el consumo es que se ocupan preferentemente de cómo se construye la distinción de arriba hacia abajo: las obras de arte y los bienes de lujo hacen posible separar a los que tienen de los desposeídos. Pero también si consideramos las fiestas populares, sus gastos suntuarios y sus maneras propias de elaboración simbólica, es posible percibir cuánto de la diferenciación de “los de abajo” se configura en los procesos significativos y no sólo en las interacciones materiales. Tanto en las clases

hegemónicas como en las populares el consumo desborda lo que podría entenderse como necesidades, si las definimos como lo indispensable para la supervivencia. La desigualdad económica hace depender más a los sectores subalternos de lo material, a experimentarlo como necesidad y hasta como urgencia, pero su distancia respecto de los grupos hegemónicos se construye también por las diferencias simbólicas.

*Modelo 4: el consumo como sistema de integración y comunicación.* No siempre el consumo funciona como separador entre las clases y los grupos. Es fácil dar casos contrapuestos en los que se aprecia cómo las relaciones con los bienes culturales sirven para diferenciar, por ejemplo, a quienes gustan de la poesía de Octavio Paz de quienes prefieren las historietas o fotonovelas. Pero hay otros bienes —las canciones de Agustín Lara, de Gardel o de Soda Stereo— con los que se vinculan, todas las clases, aunque la apropiación sea diversa. Advertimos entonces que el consumo puede ser también un escenario de integración y comunicación. Esto puede confirmarse observando prácticas cotidianas: en todas las clases sociales, re-



COMUNICACIÓN



unirse para comer, salir, ver vitrinas, ir en grupo al cine o comprar algo, son comportamientos de consumo que favorecen la sociabilidad.

Aun en los casos en que el consumo se presenta como recurso de diferenciación, constituye, al mismo tiempo, un sistema de significados comprensible tanto por los incluidos como por los excluidos. Si los miembros de una sociedad no compartieran los sentidos asignados a los bienes, su posesión no serviría para distinguirlos: un diploma universitario o la vivienda en cierto barrio diferencian a los poseedores si su valor es admitido por los que no lo tienen. Consumir es, por lo tanto, también intercambiar significados.

“A través de las cosas es posible mantener y crear las relaciones entre las personas, dar un sentido y un orden al ambiente en el cual vivimos”, afirma Luisa Leonini. Lo demostró al estudiar a quienes habían sufrido robos en sus casas y hallar que los afectaba, tanto o más que la pérdida económica, la de su inviolabilidad y seguridad, por lo cual la adquisición de objetos idénticos no lograba reparar completamente el daño; por eso mismo, en la jerarquía de los bienes sustraídos colocaban

más alto los que representaban identidad personal y grupal, aquéllos que les facilitaban su arraigo y comunicación, no los que tenían más valor de uso o de cambio. Concluye, entonces, que es tan fundamental en el consumo la posesión de objetos y la satisfacción de necesidades como la definición y reconfirmación de significados y valores comunes.<sup>9</sup>

Quizá esto es aún más evidente en el consumo de ropa. A través de las maneras en que nos vestimos (diferentes en la casa, en el trabajo, en el deporte, en las ceremonias) nos presentamos a los demás, somos identificados y reconocidos, comunicamos información sobre nosotros y sobre las relaciones que esperamos establecer con los otros. ¿No representan los *shopping centers*, con su amplia gama de ofertas de diseño (culturales) para satisfacer las mismas necesidades (físicas), un juego simultáneo de intercambios y distinciones, un sistema de comunicación que nos sitúa según donde compramos, e incluso según a donde entramos y de donde salimos?

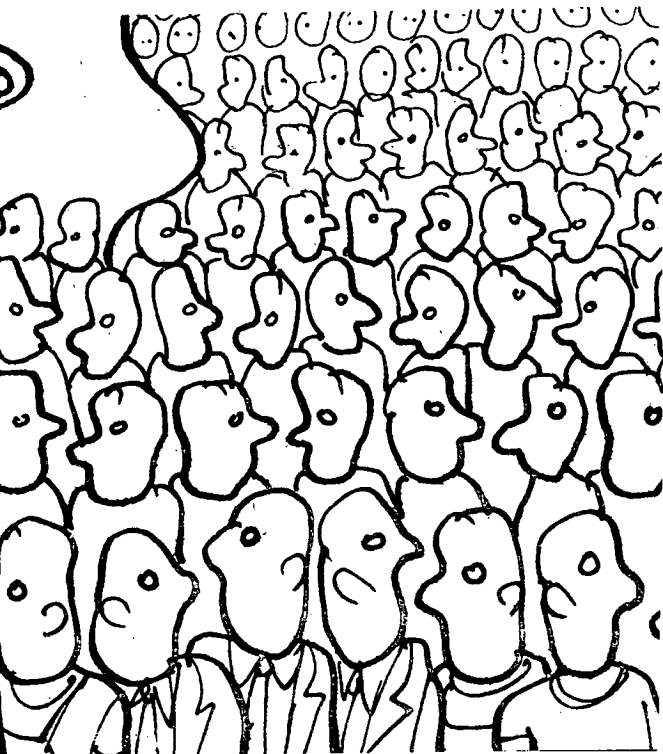
*Modelo 5: el consumo como escenario de objetivación de los deseos.* Además de tener necesidades culturalmente elaboradas, actuamos siguiendo deseos sin objeto, impulsos que no apuntan a la posesión de cosas precisas o a la relación con personas determinadas. Lo vivimos, en parte, en la actitud ante los robos. El deseo es errático, insaciable por las instituciones que aspiran a contenerlo. Las comidas satisfacen la necesidad de alimentarse, pero no el deseo de comer, que se vincula, más que con el valor material de los alimentos, con el sentido simbólico de los rituales en que los ingerimos. Lo mismo puede afirmarse del deseo sexual, inacabable por la institución matrimonial, y de otros que exceden incesantemente las formas sociales en que se los actúa.

¿Cuál es el deseo básico? De Hegel a Lacan se afirma que es el deseo de ser reconocido y amado. Pero esto es decir poco en relación con las mil modalidades que esa aspiración adopta entre las proliferantes ofertas del consumo. Sin embargo,

pese a ser difícilmente aprehensible, el deseo no puede ser ignorado cuando se analizan las formas de consumir. Tampoco la dificultad de insertar esta cuestión en el estudio social nos disculpa de omitir, en el examen del consumo, un ingrediente tan utilizado por el diseño, la producción y la publicidad de los objetos, que desempeña un papel insoslayable en la configuración semiótica de las relaciones sociales.

Tan riesgoso como olvidar el deseo puede ser construir una teoría sobre el consumo sin plantearse que su ejercicio se cumple en condiciones socioeconómicas particulares. Este otro olvido debilita estudios incisivos como los de Jean Baudrillard, y los reduce—sobre todo en sus últimos textos— a ocurrencias subjetivas, a observaciones puntuales sobre las variaciones microgrupales de los consumos.

*Modelo 6: el consumo como proceso ritual.* Ninguna sociedad soporta demasiado tiempo la irrupción errática y diseminada del deseo. Ni tampoco la consiguiente incertidumbre de los significados. Por eso, se crean los rituales. ¿Cómo diferenciar las formas del gasto que contribuyen a la reproducción de una sociedad de las que la disipan y disgregan? ¿Es posible organizar las satisfacciones que los bienes proporcionan a los deseos de modo que sean coherentes con la lógica de producción y uso de esos bienes, y así garanticen la continuidad del orden social? Eso es, al menos, lo que intentan los rituales. A través de ellos, la sociedad selecciona y fija, mediante acuerdos colectivos, los significados que la regulan. Los rituales, explican Douglas y Isherwood, “sirven para contener el curso de los significados” y hacer explícitas las definiciones públicas de lo que el consenso general juzga valioso. Pero los rituales más eficaces son los que utilizan objetos materiales para establecer los sentidos y las prácticas que los preservan. Cuanto más costosos sean esos bienes, más fuerte será la ritualización que fije los significados que se les asocian. De ahí que ellos definan a los bienes como

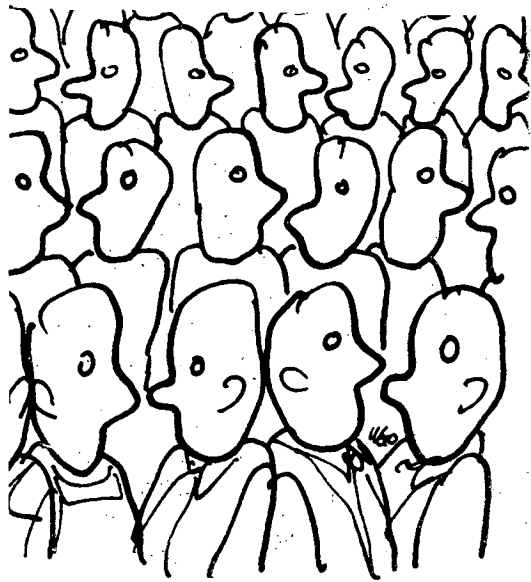


COMUNICACION

“accesorios rituales” y al consumo como “un proceso ritual cuya función primaria consiste en darle sentido al rudimentario flujo de los acontecimientos”.<sup>10</sup>

Al revés de lo que suele oírse sobre la irracionalidad de los consumidores, en su estudio de antropología económica estos autores demuestran que todo consumidor, cuando selecciona, compra y utiliza, está contribuyendo a construir un universo inteligible con los bienes que

pecífica? Si la apropiación de cualquier bien es un acto que diferencia simbólicamente, integra y comunica, objetiva los deseos y ritualiza su satisfacción, si decimos que consumir, en suma, sirve para pensar, todos los actos de consumo —y no sólo las relaciones con el arte o el saber— son hechos culturales. ¿Por qué separar, entonces, lo que sucede en conexión con ciertos bienes o actividades y denominarlo consumo cultural?



elige. Además de satisfacer necesidades o deseos, apropiarse de los objetos es cargarlos de significados. Los bienes ayudan a jerarquizar los actos y configurar su sentido: “las mercancías sirven para pensar”<sup>11</sup>

## CONSUMO Y COMUNICACION EN SOCIEDADES MULTICULTURALES

¿Qué hacer con estos seis modelos? Quizá quede claro por lo dicho sobre cada uno que los seis son necesarios para explicar aspectos del consumo. Ninguno es autosuficiente, y, sin embargo, aún es difícil establecer principios teóricos y metodológicos transversales que los combinen.

Sin embargo, son modelos generales, aplicables a todo tipo de consumo. ¿Tienen los consumos llamados culturales una problemática es-

Esta distinción se justifica teórica y metodológicamente debido a la parcial independencia lograda por los campos artísticos y comunicacionales en la modernidad. El arte, la literatura y la ciencia se liberaron de los controles religiosos y políticos que les imponían criterios heterónomos de valoración. La independencia de estos campos se produce, en parte, por una

secularización global de la sociedad, pero también por transformaciones radicales en la circulación y el consumo. La expansión de la burguesía y los sectores medios, así como la educación generalizada, fueron formando públicos específicos para el arte y la literatura que configuran mercados diferenciales donde las obras son seleccionadas y consagradas por méritos estéticos. Un conjunto de instituciones especializadas —las galerías de arte y los museos, las editoriales y las revistas— ofrecen circuitos independientes para la producción y circulación de estos bienes.

Los productos denominados culturales tienen valores de uso y de cambio, contribuyen a la reproducción de la sociedad y a veces a la expansión del capital, pero en ellos los valores simbólicos prevalecen sobre los utilitarios y mercantiles. Un auto que se usa para transportar-

se incluye aspectos culturales, pero se inscribe en un registro distinto que el auto que esa misma persona —supongamos que es un artista— coloca en una exposición o usa en *performance*: en este segundo caso, los aspectos culturales, simbólicos, estéticos, predominan sobre los utilitarios y mercantiles.

¿Qué ocurre en la radio, la televisión y el cine? A pesar de las presiones económicas que influyen fuertemente en sus estilos y en sus reglas de comunicación, estos medios poseen cierta autonomía en relación con el resto de la producción. Un editor o un productor de televisión que sólo toma en cuenta el valor mercantil y se olvida de los méritos simbólicos de lo que produce, aunque ocasionalmente realice negocios, pierde legitimidad ante los públicos y la crítica especializados. Existen conjuntos de consumidores con formación particular en la historia de cada campo cultural —mayor en el caso de la ciencia, la literatura y el arte, aunque también en el de las telenovelas o los espectáculos musicales— que orientan su consumo por un aprendizaje del gusto regido por prescripciones específicamente culturales.

Por lo tanto, es posible definir la particularidad del *consumo cultural* como el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica.<sup>12</sup>

Esta definición permite incluir en el ámbito peculiar del consumo cultural no sólo a los bienes con mayor autonomía: las artes que circulan en museos, salas de concierto y teatros. También abarca a aquellos productos muy condicionados por sus implicaciones mercantiles (los programas de televisión) o por la dependencia de un sistema religioso (las artesanías y las danzas indígenas), pero cuya elaboración y cuyo consumo requieren un entrenamiento prolongado en estructuras simbólicas de relativa independencia.

De todas maneras, cabe destacar

que el peculiar carácter de la modernidad en México y América Latina, donde los mercados artísticos y comunicacionales sólo logran una independencia parcial de los condicionamientos religiosos y políticos, genera estructuras de consumo cultural distintas de las metrópolis. La diferencia es notable, sobre todo, en relación con países europeos que presentan una integración nacional más compacta y homogénea. La subsistencia de vastas áreas de producción y consumo tradicionales —artesanas, fiestas, etc.—, que son significativas no sólo para sus productores antiguos sino para capas amplias de consumidores modernos, revela la existencia de una *heterogeneidad multitemporal* en la constitución presente de nuestras sociedades. Esta heterogeneidad, resultante de la coexistencia de formaciones culturales originadas en diversas épocas, propicia cruces e hibridaciones que se manifiestan en el consumo con más intensidad que en las metrópolis.<sup>13</sup>

No es extraño que en los gustos de consumidores de todas las clases convivan bienes de diferentes tiempos y grupos. En una colección doméstica de discos y *cassetes* solemos encontrar la salsa junto al rock, los tangos mezclados con Beethoven y el jazz. Alrededor, muebles coloniales y artesanales forman conjuntos que nadie siente incoherentes con otros modernos, con aparatos electrónicos y *posters* que anuncian a la vez conciertos de vanguardia y corridas de toros igualmente entrañables para los habitantes de la casa. Estos elementos, dispares si los miramos desde una perspectiva histórica evolucionista, según la cual el progreso sustituiría unas tendencias estéticas por otras, funcionan para la reproducción cultural y social, sirven a la integración y comunicación, a la ritualización ordenada de las prácticas.

Por cierto, estos cruces frecuentes no eliminan las diversas y desiguales apropiaciones de los bienes culturales. Las hibridaciones de los consumos no son homogéneas. Las diferencias sociales se manifiestan y

reproducen en las distinciones simbólicas que separan a los consumidores: los que asisten a los museos y conciertos de los que no van; los que ven programas culturales o recreativos en la televisión.

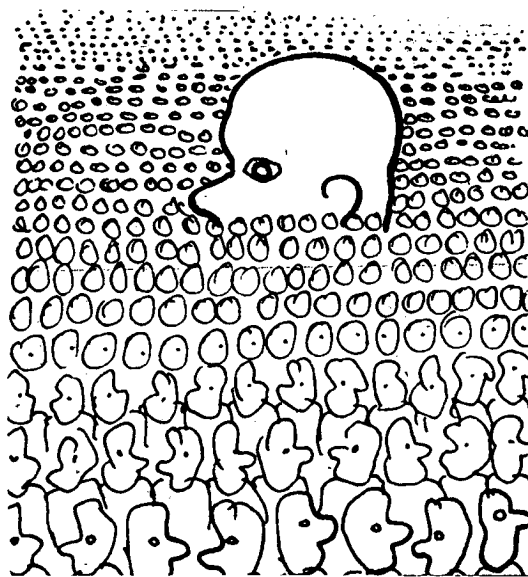
### SE CONVOCA AL PUBLICO. RESPONDEN LOS GRUPOS, LAS FAMILIAS, LOS INDIVIDUOS

¿Cómo es posible que exista una nación—y un sistema de consumo cultural integrado analizable en conjunto—en una sociedad segmentada, multicultural, con varias temporalidades, tipos de tradición y de modernidad? Se puede formular también una pregunta inversa: ¿Cómo explicarse que persista esta diversidad cultural después de cinco siglos de integración colonial y modernización inde-

pendiente, de homogeneizaciones escolares, *massmediáticas* y políticas? Conviene colocar los dos interrogantes juntos, porque la respuesta es la misma. La historia de los consumos muestra una interacción dinámica, abierta y creativa, entre (varios) proyectos de modelación social y (varios) estilos de apropiación y uso de los productos.

Comprobamos en los estudios sobre "audiencias activas"<sup>14</sup> que las teorías que concebían la dominación como una acción vertical y unidireccional de los emisores sobre los receptores se han mostrado incapaces de entender los complejos procesos de interdependencia entre unos y otros. En el consumo, contrariamente a las connotaciones pasivas que esa fórmula aún tiene para muchos, ocurren movimientos de asimilación, rechazo, negociación y refuncionalización de aquello que los emisores proponen. Entre los pro-

gramas de televisión, los discursos políticos o los diseños impresos por los fabricantes en los productos y lo que los consumidores leen y usan de ellos intervienen escenarios descodificadores y reinterpretadores: la familia, la cultura barrial o grupal, y otras instancias microsociales. Cada objeto destinado a ser consumido es un texto abierto que exige la cooperación del lector, del espectador, del usuario, para ser completado y significado. Todo bien es un estímulo



para pensar y al mismo tiempo un lugar impensado, parcialmente en blanco, para el cual los consumidores, cuando lo insertan en sus redes cotidianas, engendran sentidos inesperados. Es sabido que los bienes se producen con instrucciones más o menos veladas, dispositivos prácticos y retóricos, que inducen lecturas y restringen la actividad del usuario. El consumidor nunca es un creador puro, pero tampoco el emisor es omnipotente.

De esto podemos derivar varias conclusiones. La primera es que los estudios comunicacionales no pueden ser sólo estudios sobre el proceso de comunicación, si entendemos por ello la producción, circulación y recepción de mensajes. La necesidad de abarcar también las estructuras, los escenarios y los grupos sociales que se apropian de los mensajes y los reelaboran, llama a la colaboración de los comunicólogos con

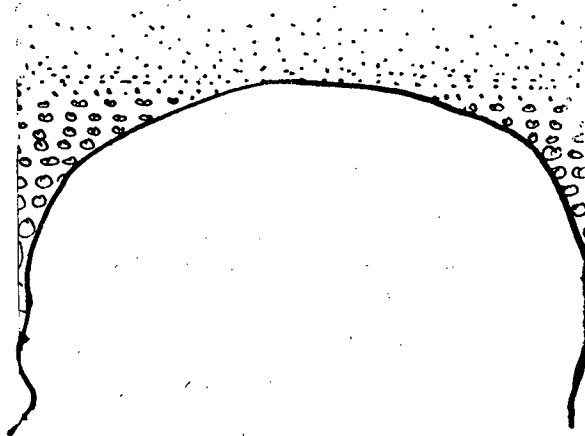
los sociólogos y los antropólogos, o sea los especialistas en mediaciones sociales que no pueden ser reducidas a procesos de comunicación.

Al mismo tiempo, la pluralidad de códigos y mediaciones en que se procesan los mensajes puede ayudarnos a entender de otro modo cómo se constituyen actualmente las llamadas culturas nacionales. ¿Cómo explicar que, pese a la diversidad conflictiva de consumidores y consumos, existan sociedades nacionales? Sólo porque toda nación es, entre otras cosas, resultado de lo que los especialistas en estética de la recepción llaman *pactos de lectura*: acuerdos entre productores, instituciones, mercados y receptores acerca de lo que es comunicable, compatible y verosímil en una época determinada. Una nación es, en parte, una comunidad hermenéutica de consumidores. Aun los bienes que no son compartidos por todos son significativos para la mayoría. Las diferencias y desigualdades se asientan en un régimen de transacciones que hace posible la coexistencia de etnias, clases y grupos.

Mé alejo en esta definición de lo nacional de las conceptualizaciones territoriales y políticas prevalecientes en la bibliografía sobre esta cuestión. No olvido el peso de esos ingredientes, pero al referirme a la nación como comunidad hermenéutica de consumidores estoy aludiendo a formas de experimentar lo nacional en la vida cotidiana, que tal vez se han vuelto centrales en su redefinición postnacionalista: cuando las culturas se desterritorializan y muchas prácticas políticas son subordinadas a las reglas industriales de la comunicación masiva. Encuentro aquí un área de interacción promisoria entre comunicólogos y sociólogos políticos.

#### SUBCONSUMO E INCOMUNICACION EN TIEMPOS NEOCONSERVADORES

Para entender los procesos actuales de consumo en América Latina parece clave hacerse cargo de esta



tensión entre la estructura nacional históricamente consolidada de nuestras sociedades y la transnacionalización generada por las políticas modernizadoras. La integración, comunicación y diferenciación entre clases y etnias, que parecía resuelta por la institucionalización nacionalista se revela en crisis ante la multiplicidad de *procesos internos e internacionales de multiculturalidad* que la desafían. Pensemos, por ejemplo, cómo se diluye lo nacional, por un lado, al ser atravesado diariamente por mensajes foráneos, y, en la otra punta, por los movimientos de afirmación regional que impugnan la distribución centralista de los bienes culturales y las desigualdades que fomentan el acceso a los mismos.

Por otra parte, en las *políticas gubernamentales* se observa una nueva concepción sobre el papel del Estado, que cede gran parte de su función integradora de lo nacional a las grandes empresas de comunicación transnacional. La crítica al estatismo populista y la privatización de lo que se consideraba de interés público propicia nuevos pactos, no sólo de concertación económica sino cultural. Nuevas reglas en la reproducción de la fuerza de trabajo y en la expansión del capital, nuevos modos de competencia entre los grupos por la apropiación del producto social, nuevas pautas de diferenciación simbólica, generan una reestructuración de los consumos. ¿Llevará este cambio a formas distintas de integración y comunicación o acentuará la desigualdad y las diferencias en el acceso a los bienes?

La respuesta a esta pregunta pasa por un análisis de cómo se establecen las necesidades prioritarias en esta etapa regida por la supuesta autorregulación del mercado. El neoliberalismo hegemónico, actualizando la vieja concepción según la cual las leyes "objetivas" de la oferta y la demanda serían el mecanismo más sano para ordenar la economía, promueve una concentración de la producción y de los consumos en sectores cada vez más restringidos. La reorganización privatizadora y selectiva es a veces tan severa que descende las demandas a los niveles biológicos de supervivencia: para los amplios sectores "de pobreza extrema" las necesidades en torno de las cuales deben organizarse son las de comida y empleo.

Ciertos grupos organizan su réplica a esa política hegemónica buscando la restauración del pacto integrador previo y del tipo de Estado que lo representaba. Otros ven posibilidades de resistencia potenciando las formas tradicionales, artesanales y microgrupales que pueden tener valor aún para la reproducción particular de algunos sectores, pero que se han mostrado ineficientes para erigir alternativas globales. Es posible que estas opciones tengan todavía bastante capacidad de organizar y promover movilizaciones significativas, pero cualquier proyecto diferente, si aspira a intervenir en el reordenamiento modernizador, debiera considerar el ámbito estatal como un territorio clave. No porque el Estado sea un buen administrador o porque pueda volver a esperarse de él donaciones populistas, sino como espacio en que puede hacerse valer el interés público frente a la reducción de los consumidores a simples compradores de objetos privados.

El estudio multidisciplinario sobre la comunicación y el consumo puede ser, en esta perspectiva, un recurso para entender mejor el significado de la modernización y promover la participación de amplios sectores. En parte, porque la colaboración de los comunicólogos, especializados en conocer las grandes estructuras de la industria y de los

mercados culturales, como los sociólogos y antropólogos, dedicados a entender las mediaciones y los procesos de resignificación cotidiana, sirve para que el análisis del consumo trascienda la simple consideración de las repercusiones comerciales de los productos. Pero también para que juntos logremos discutir los nuevos mecanismos de inclusión y exclusión respecto de *los bienes y mensajes estratégicos* en la actual etapa modernizadora.

En cuanto al consumo cultural, si bien sigue siendo necesario reclamar una democratización del arte y el saber clásicos, la modernización nos confronta con nuevas exigencias. La visión global que propusimos del papel del consumo como escenario de reproducción social, de expansión del producto nacional y de competencia y diferenciación entre los grupos, lleva a preguntar qué significan los consumos respecto de las nuevas tecnologías. ¿Cómo puede encararse un proceso de modernización, que supone una mayor calificación laboral, si aumenta la deserción escolar y se limita el acceso a la información más calificada? Hay que estimar qué significa para la democratización política y la participación de la mayoría que se agudice la segmentación desigual de los consumos: por un lado, un modelo de información que permite actuar, basado en la suscripción particular a redes exclusivas de televisión y a bancos de datos, cuya privatización suele convertirlos en recursos para minorías; por otro, un modelo comunicativo para masas organizado según las leyes mercantiles del entretenimiento, que llevan a reducir a espectáculo hasta las decisiones políticas.

En esta organización dualista de las sociedades latinoamericanas veo uno de los mayores desafíos para la colaboración entre las ciencias sociales. Al situar la expansión de las comunicaciones en la retracción de los consumos y de la información para las mayorías estaremos haciendo visible las contradicciones de nuestro regresivo fin de siglo.

## NOTAS

1. El grupo con el que estoy estudiando el consumo cultural en México y con quienes discutí varias veces estas reflexiones está compuesto por María Teresa Ejea, Eduardo Nivon, Maya Lorena Pérez, Mabel Piccini, Ana María Rosas y Patricia Safa. Una parte de este texto, en una versión diferente fue presentada al simposio *El consumo cultural en México*, efectuado en la ciudad de México en octubre de 1990, en el marco del Seminario de Estudios de la Cultura, dirigido entonces por Guillermo Bonfil, a quien también agradezco sus comentarios.
2. Estas afirmaciones se basan en una investigación que incluyó una encuesta sobre consumo cultural efectuada en 1500 hogares de la ciudad de México en septiembre y octubre de 1989. Allí encontramos que la música ranchera es más escuchada entre los trabajadores domésticos (43.5%) y entre los pensionados (34.4%), los boleros son preferidos principalmente por las amas de casa (27.8%), mientras el rock y "la canción de moda" —Yuri, Emanuel— encuentran la mayoría de sus seguidores entre los jóvenes (23 a 30%).
3. Véase, como ejemplo, el libro de H. A. John Green, *Lateoría del consumo*, Madrid, Alianza, 1976.
4. Se encontrará una crítica elaborada en conexión con las condiciones sociales y comunicacionales latinoamericanas en el libro de Jesús Martín Barbero, *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, México, Gili, 1988.
5. Esta lógica explicativa prevalece en los autores marxistas: véanse los textos de Jean-Pierre Terrail, Edmond Preteceillé y Patrice Grevet en el libro *Necesidad y consumo en la sociedad capitalista actual*, México, Grijalbo, 1977.
6. Michel de Certeau, *L'invention du quotidien—I. Arts de faire*, París, Union Générale d'Éditions, 1980, especialmente pp. 19-29 y 77-89.
7. Manuel Castells, *La cuestión urbana*, México, Siglo XXI, 1976, apéndice a la 2a. edic., pp. 498-504.
8. Cf. especialmente su libro *La distinción*, Madrid, Taurus, 1988.
9. Luisa Leonini, "Consumi: desiderii, simboli, sostegni", *Rassegna Italiana de Sociología*, año 23, No. 2, Bologna, II Mulino, 1982.
10. Mary Douglas y Baron Isherwood, *El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo*, México, Grijalbo-CONACULTA, 1990, p. 80.
11. Idem., p. 77.
12. Véase una reflexión teórica en esta línea en el libro de José Luis Piñuel Raigada, José Gaitán Moya y José I. García-Lomas Taboada, *El consumo cultural*, Madrid, Editorial Fundamentos-Instituto Nacional del Consumo, 1987.
13. Desarrollo más estas cuestiones en mi libro *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*, México, Grijalbo-CNCA, 1990.
14. De aquí en adelante aprovecho libremente los aportes realizados a esta cuestión por Stuart Hall y sus seguidores en el Centro de Estudios Culturales Contemporáneos de Birmingham (cf. de S. Hall, Dorothy Hobson, Andrew Lowe y Paul Willis (eds.), *Culture, Media, Language*, Londres, Hutchinson, 1980); los "cultural studies" ingleses y norteamericanos sobre audiencias activas (otro ejemplo: James Lull (ed.), *World Families watch Television*, Newbury Park, California, Sage, 1988); y la estética de la recepción desarrollada en Alemania, Inglaterra y los Estados Unidos (Robert Hauss, *Pour une esthétique de la réception*, París, Gallimard, 1978; Wolfgang Iser, *The Act of Reading: a Theory of Aesthetic Response*, Londres, Routledge & Kegan Paul / The Johns Hopkins University Press, 1978). En la última década se comenzaron a producir en América Latina estudios comunicacionales sobre la actividad de las audiencias, entre los que se destacan por su consistencia metodológica y en algunos casos por aportaciones teóricas los de Jesús Martín Barbero, Guillermo Orozco, Paula Edwards, Valerio Fuenzalida y Oscar Landi. Se encontrará un panorama de esta línea, aún incipiente, en el artículo de Rosa Esther Juárez M., "Los medios masivos y el estudio de la recepción", *Renglones*, año 5, No. 15, Guadalajara, ITESO, diciembre de 1989, pp. 12-18.

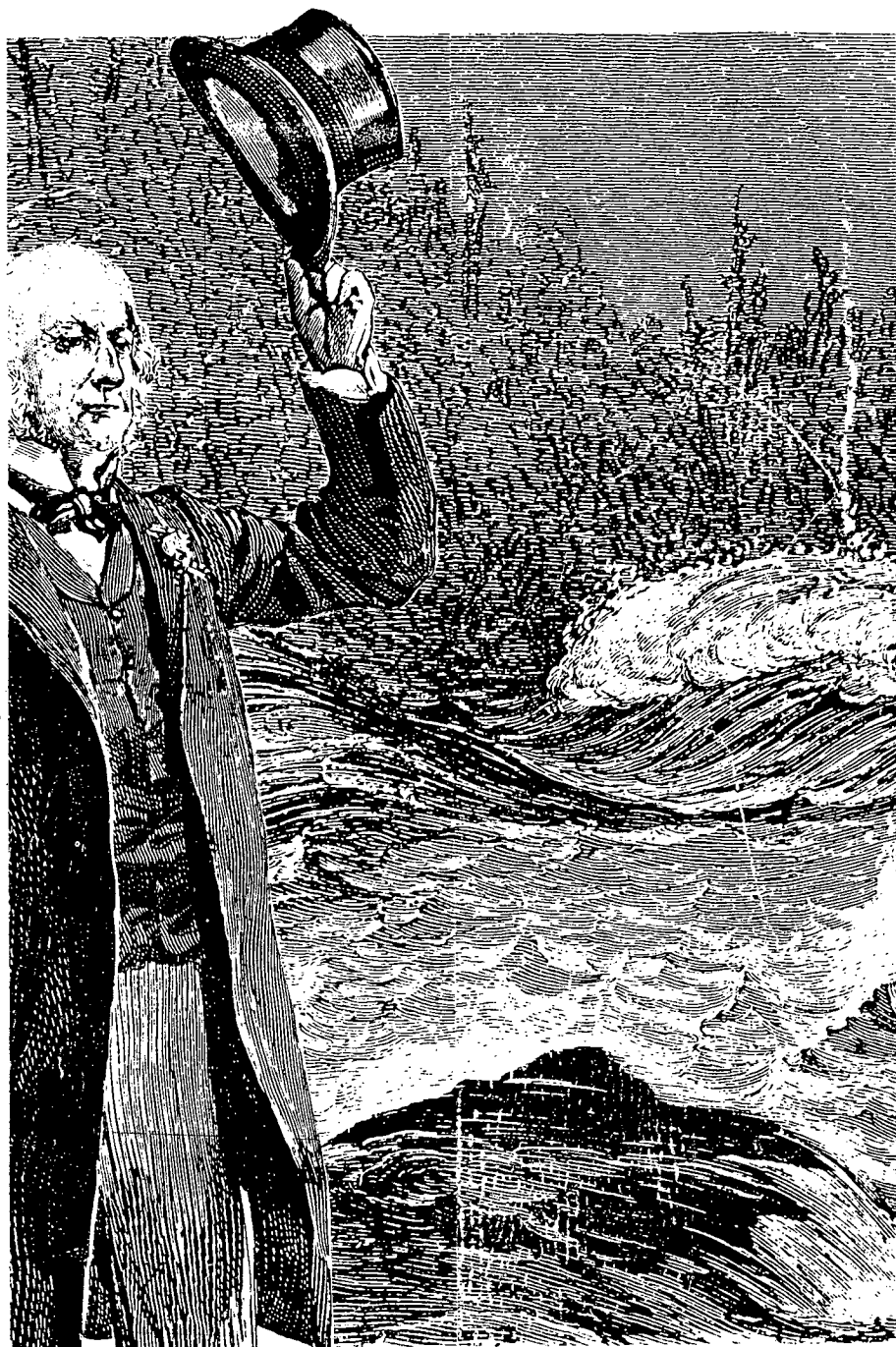
**E**n realidad, el tiempo nuevo no tiene otro modo de presentarse ante nosotros como no sea con los signos del desarreglo. Tal vez no sea sino un cierto sentido del desorden, antes que la intuición de un orden nuevo que sustituye al anterior, lo que en primer lugar anuncia que algo esencial en nuestro entorno ha cambiado y que, de hecho, nos encontramos insertos en una situación de cambio.

El problema que plantea la interpretación de estos estados de transformación, no consiste tanto en constatar que las épocas nuevas nunca lo son totalmente y que, a decir verdad, nunca llegamos a experimentar plenamente la certeza del cambio concluido, pues siempre tenemos esa íntima seguridad de que algo irreducible aún continúa a nuestro lado y que nuestra vida, al fin de cuentas demasiado breve, bien podría transcurrir con arreglo a esas permanencias. No; el problema consistiría más bien en conciliar nuestra exigencia de regularidad, nuestra idea de permanencia, con un cierto desorden real de la experiencia, con un rumbo no provisto de las cosas, con el acelerado agotamiento de valores, argumentos y discursos en los que, de pronto, observamos mínimas incongruencias, fisuras delicadas y fatales.

De la búsqueda angustiosa de esas regularidades y conciliaciones más allá de los desarreglos de la época se nutrieron, tal vez, los mejores argumentos de Jorge Luis Borges, los más cercanos a una constatación del curso de su tiempo. Así, inconformado con el carácter quejumbroso de Martín Fierro, que rehuye su íntimo destino de violencia ocultándose tras el tono moralizante del poema de Hernández, lo reconduce a aquella página de su narrativa en que evidencia el carácter engañoso de su discurso durante la noche del encuentro con sus hijos ("para que no se parezcan a nosotros") y lo hace morir correctamente en la punta del

## Memoria del tiempo nuevo

Agustín Martínez A.



cuchillo del moreno. (Ficciones, "El fin"). En "El hombre del umbral" (El Aleph) es un orden oculto e "irracional" el que restituye el sentido de justicia de un pueblo acosado por la violencia y la arbitrariedad. Pero es en **Otras inquisiciones**, de 1952, donde podría constatarse con más equidad esa inminente revelación de un orden que acaso justifique la incongruencia sólo aparente de los hechos aislados: poemas, sucesos, episodios cotidianos, que así adquieren una entidad insospechada. He recordado a Borges; y señalo que también lo hizo Michel Foucault al inicio de **Las palabras y las cosas**, libro que se interroga precisamente por regularidades y órdenes: discursos, episteme; y Foucault ya pertenece claramente a la generación de pensadores contemporáneos que colocaron su trabajo bajo el signo de desarreglo del advenimiento de los tiempos nuevos.

Los signos del nuevo tiempo para nosotros apuntan al desarreglo de la episteme moderna. Son sus regularidades y sus garantías las que ya evidencian el desgaste insostenible: el arte y la literatura, la reflexión teórica y la ciencia fundamental, las utopías políticas y los programas rigurosos de transformación del mundo, los negocios y la ética; todo se coloca de pronto bajo el signo de lo contingente y transitorio, de lo menesteroso de fundamento, de lo carente de legitimidad. Ningún programa o doctrina es válido para todos y, como la misma experiencia, son intransferibles. Se ha denominado a esta situación post-modernidad, indicándose siempre que, en todo caso, hay bajo esa expresión mucho más que lo indicado por nuestra enumeración: nuevos tiempos.

En el plano de la reflexión teórica estos signos remiten a la siguiente constatación, tan elemental como digna de ser recordada, visto el estado de desarreglo que va arraigando progresivamente en los campos cognoscitivos tradicionales: nadie

escapa a su tiempo; nadie escapa a las condiciones de ejercicio del pensamiento que lo impone la época que le toca vivir. Esas condiciones, referidas a nuestra contemporaneidad, son particularmente complejas; como acaso lo han sido las de todas las épocas, se podría acotar. Sólo que es posible percibir con cierta facilidad un carácter de precisión y singularidad en las de esta que nos ha tocado vivir. Al mapeamiento y caracterización del impase fundamental de nuestro tiempo, tanto en el plano de la reflexión teórica como en el de la acción política y en el de la percepción del sentido y dirección de la vida de la cultura, se consagra una proporción cada vez más notoria de la producción intelectual en los campos más disímiles: la filosofía, las ciencias sociales, la teoría de la ciencia, la estética, el pensamiento político, la antropología, las ciencias de la cultura. Llama ineludiblemente la atención, no tanto la heterogeneidad de los campos cognoscitivos en los que se canaliza la misma intensidad exploratoria de las irregularidades que acompañan al fin del siglo, como lo asombrosamente homogéneo de los resultados. En todos los casos nos encontramos con el mismo derrumbe de las certezas, la misma insuficiencia y contingencia de los resultados, el mismo desencanto con el sentido previsible de la actividad teórica o política. Y lo que hasta hace poco tiempo parecía de suyo justificado, obvio en su importancia e incuestionable en sus motivaciones últimas, se presenta hoy con el tinte de lo insustentable y menesteroso de legitimación.

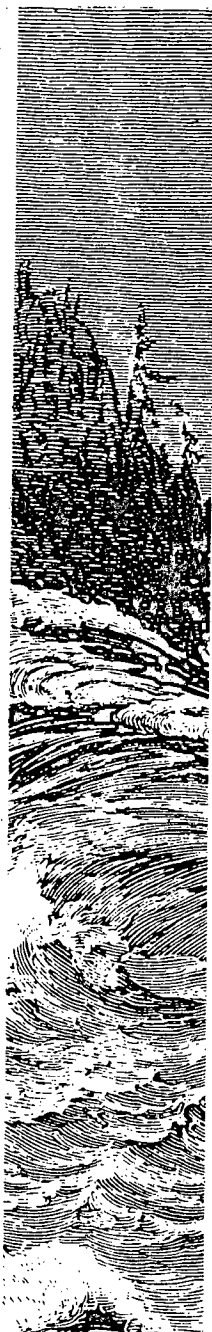
En el campo de la teoría social y política es particularmente aguda la percepción de la situación de crisis y sozobra de las certezas que hasta ahora habían prevalecido. Hasta el punto de que un vocabulario particular, que designa nuevos problemas y categorías, acompaña la exploración y teorización del desarreglo. Fin del sujeto y de las utopías, por no hablar

del famigerado fin de la historia; crisis de paradigmas y reconocida contingencia de los que aún pugnan por sobrevivir; fin de los "grandes relatos" (epíteto que soportan, no sin rubor, vetustas y antiguas disciplinas, como la filosofía o la teoría social y política, entre otras) y de las formas tradicionales de discurrir el pensamiento. En fin, clausura, desencanto, desuso y falta de credibilidad de las formas, direcciones y fundamentos de las maneras tradicionales de pensar y actuar.

El nuevo campo de problemas, pues, no avala ni hace suya ninguna certeza en el campo teórico ni en el político, y todo lo declara en situación provisoria y decreta la exigencia de reanudar las tareas de legitimación. Pero, lo que si parece incuestionable son las razones y argumentos que asisten a los nuevos planteamientos y constataciones. Se trata en este caso de designar un "clima" cultural que constituye el nuevo habitat del pensamiento teórico, de la crítica radical, pero también de nuestra propia sensibilidad y de nuestro propio modo de contar con el mundo.

Quizás los nuevos tiempos no tienen otro modo de presentarse ante nosotros como no sea con los signos del desarreglo. Pero también con una cierta mínima regularidad —tal vez puramente conjetural— que podría incluso reconducirnos a valorar el proyecto metafísico borgiano de búsqueda de un trascendente orden. Pienso, por ejemplo, en la sorprendente pertinencia de estas palabras ya lejanas en el tiempo: "Asístese como a una descentralización de la inteligencia. (...) Y hay ahora como un desmembramiento de la mente humana. Otros fueron los tiempos de las vallas alzadas; éste es el tiempo de las vallas rotas"\*. Son de Martí, fijando en texto sus impresiones sobre el advenimiento de la Modernidad.

\* José Martí, "Poema del Niágara".



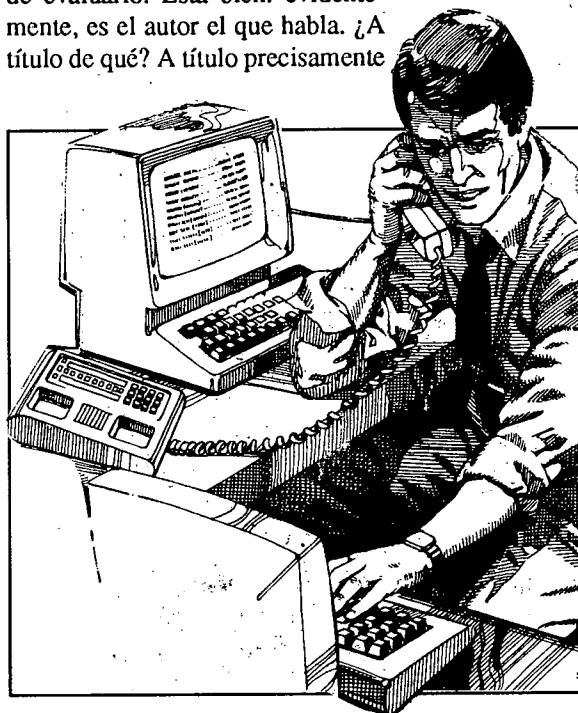
**H**asta donde se sabe, los genes humanos no han sufrido deterioro, por lo menos hasta ahora. Pero sabemos que las "culturas", las sociedades, son mortales. Se trata de una muerte que no es ni general ni necesariamente instantánea: la relación con una nueva vida, de la cual puede ser la condición, es un enigma siempre singular. La "decadencia de Occidente" es un tema antiguo, y en el sentido más profundo, falso. Este slogan querría también encubrir las potencialidades de un nuevo mundo que la descomposición de "Occidente" provoca y libera; querría, en todo caso, cubrir nuevamente el problema de ese mundo y sofocar el hecho político con una metáfora botánica. Nosotros no intentamos establecer que esta flor, como las otras, se marchitará, se marchita o se marchitó. Intentamos comprender lo que en este mundo histórico-social muere, cómo muere y, de ser posible, por qué. También intentamos encontrar aquello que pueda estar a punto de nacer.

Ni la primera ni la segunda parte de esta reflexión son gratuitas, neutras o desinteresadas. El problema de la "cultura" se enfoca aquí como una dimensión del problema político; y se puede decir también que el problema político es un componente de la cultura en el sentido más amplio. (Por política yo no me refiero ni a la profesión del señor Nixon, ni a las elecciones municipales; el problema político es el problema de la institución global de la sociedad. Es una reflexión lo más anti-"científica" posible. El autor no ha movilizad a un ejército de asistentes, ni ha utilizado decenas de horas de computadora para establecer científicamente lo que todo el mundo de antemano ya conoce; por ejemplo, que a los conciertos de la música que se dice sería no asisten sino ciertas categorías socioprofesionales de la población. Es una reflexión, además, llena de trampas y de riesgos:

# Transformación social y creación cultural

Cornelius Castoriadis

se nos ha sumergido en este mundo y tratamos de comprenderlo y justa de evaluarlo. Está bien: evidentemente, es el autor el que habla. ¿A título de qué? A título precisamente



de receptor, del individuo participante en este mundo, con el mismo título con el que se autoriza a expresar sus opiniones políticas, a escoger lo que combate y lo que sostiene en la vida social de la época.

Lo que está a punto de morir hoy, lo que en todo caso esta profundamente en duda, es la cultura "occidental"; cultura capitalista, cultura de la sociedad capitalista, pero que va mucho más lejos que ese régimen histórico-social porque comprende todo lo que éste ha querido y podido recuperar de lo que lo ha precedido

y, sobre todo, particularmente en el segmento "griego-occidental" de la historia universal. Aquella muere como conjunto de normas y de valores, como forma de socialización y de vida cultural, como tipo histórico-social de los individuos, como significado de la relación de la colectividad consigo misma, con aquellos que la componen, con el tiempo y con sus propias obras.

Lo que está naciendo, difícil, fragmentaria y contradictoriamente, desde hace más de dos siglos, es el proyecto de una nueva sociedad, el proyecto de autonomía social e individual. Proyecto que es creación política en su sentido más profundo, y del cual las tentativas de realización, desviadas o abortadas, han informado ya a la historia moderna. (Aquellos que de esas desviaciones quieren concluir que el proyecto de una sociedad autónoma es irrealizable, son absolutamente ilógicos. Que yo sepa, la democracia no ha sido desviada de sus fines bajo el despotismo asiático, ni las revoluciones obreras de los Bororo la han degenerado). Revoluciones democráticas, luchas obreras, movimientos feministas, de juventud, de minorías "culturales" étnicas, regionales —dan prueba todas del surgimiento y la vida continuada de ese proyecto de autonomía. El problema de su porvenir y de su "finalidad" —el problema de la transformación social en un sentido radical— queda evidentemente abierto. Pero también queda abierta o, más bien, debe ser nuevamente propues-



ta una cuestión que, en realidad, no es de ningún modo original: más bien ha sido regularmente recobrada por los modos de pensar heredados, aun si se quieren "revolucionarios"; la cuestión de la creación cultural en sentido estricto, la disociación aparente del proyecto político de autonomía y de un contenido cultural, las consecuencias pero sobre todo los presupuestos culturales de una transformación radical de la sociedad. Las páginas que siguen pretenden, aunque parcial y fragmentariamente, dilucidar esta problemática.

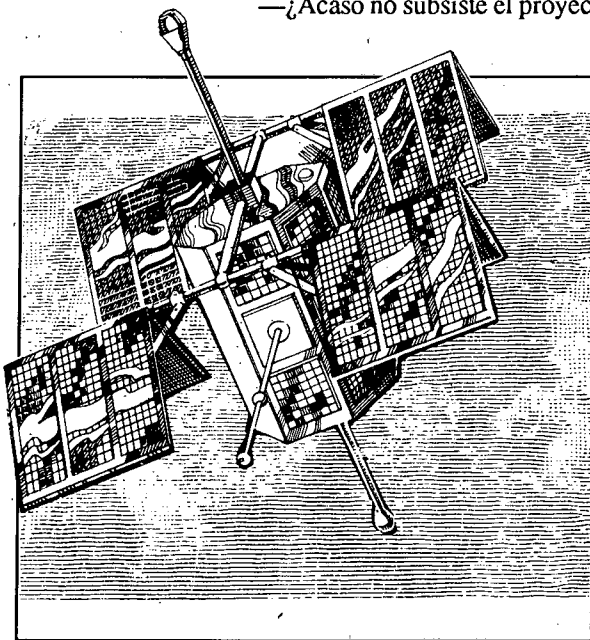
## UNO

Tomo aquí el término cultura en una acepción intermedia entre su significado habitual en francés (las "obras del espíritu" y el acceso del individuo a ellas) y su sentido dentro de la antropología americana (que cubre la totalidad de la institución de la sociedad, todo aquello que diferencia y opone por una parte a la sociedad y por la otra animalidad y naturaleza). Yo entiendo aquí por cultura todo lo que, en la institución de una sociedad, excede la dimensión conjuntista-identificatoria (funcional-instrumental) y que los individuos de esa sociedad invisten positivamente como "valor" en el sentido más general del término: en resumen, la paideia de los griegos. Como su nombre lo indica, la paideia contiene indisolublemente los procedimientos instituidos a través de los cuales el ser humano, en el curso de su fabricación social como individuo, es conducido a reconocer y a investir positivamente los valores de la sociedad. Esos valores no son dados por una instancia externa, ni descubiertos por la sociedad en sus yacimientos naturales o en el cielo de la Razón. Son, cada vez, creados por la sociedad considerada, como núcleos de su institución, señales últimas e irreducibles de su significación, polos de orientación del hacer y del representar sociales. Por tanto, es imposible hablar de transformación social sin afrontar la cuestión de la cultura en ese sentido —y de hecho, se le afronta y se "respon-

de" hágase lo que se haga. (Así, en Rusia, después de octubre de 1917, la aberración relativa del Proletkult ha sido aplastada por la aberración absoluta de la asimilación de la cultura capitalista —y eso ha sido uno de los componentes de la constitución del capitalismo burocrático total y totalitario sobre las ruinas de la revolución—).

Nosotros podemos hacer más explícita y de manera más específica la relación íntima entre la creación cultural y la problemática social y política de nuestros tiempos. Podemos hacerlo mediante ciertas interrogantes, y lo que éstas presuponen, implican o acarrear —como comprobaciones de hecho, aunque fueran discutibles, o como enlaces de sentido—.

—¿Acaso no subsiste el proyec-



to de una sociedad autónoma (como la simple idea de un individuo autónomo) en un sentido "formal" o "kantiano" porque parece no afirmar como valor sino la autonomía en sí misma? Para ser más preciso: ¿puede una sociedad "querer" ser autónoma? ¿para qué? O incluso autogobernarse —sí, pero ¿para qué? La respuesta tradicional es, las más de las veces, para satisfacer mejor sus necesidades. La respuesta a la respuesta es: ¿qué necesidades? Cuando no existe el peligro de morirse de hambre, ¿qué es vivir?

—Una sociedad autónoma podría "realizar mejor" los valores —o "realizar otros valores" (sobrentendido: mejores); ¿pero cuáles? ¿Y qué son valores mejores? ¿Cómo evaluar los valores? Interrogantes que toman su sentido pleno a partir de esta otra "de hecho": ¿existen todavía valores en la sociedad contemporánea? ¿Se pueda acaso hablar todavía, como Max Weber, de conflicto de valores, de "combate de dioses" —o hay más bien hundimiento gradual de la creación cultural y aquello que no por haberse convertido en un lugar común es necesariamente falso, a saber la descomposición de los valores?

Seguramente sería imposible decir que la sociedad contemporánea es una "sociedad sin valores" (o "sin cultura"). Una sociedad sin valores es simplemente inconcebible. Hay, evidentemente, polos de orientación del hacer social de los individuos y finalidades a las cuales el funcionamiento de la sociedad instituida está sujeto. Hay posteriormente valores en el sentido transhistóricamente neutro y abstracto indicado antes (según un sentido por el cual, en una tribu de cazadores de cabezas, matar es un valor sin el cual la tribu no sería lo que es). Pero esos "valores" de la sociedad instituida contemporánea parecen, y son efectivamente, incompatibles con, o contrarios a lo que exigiría la constitución de una sociedad autónoma. Si el hacer de los individuos está orientado esencialmente hacia la maximización antagónica del consumo, del poder, del estatuto y del prestigio (los únicos objetos de investidura socialmente pertinentes en nuestros días); si el funcionamiento social está sujeto a la significación imaginaria de la expansión ilimitada del dominio "racional" (técnica, ciencia, producción, organización como fines en sí); si esta expansión es a la vez vana, vacía e intrínsecamente contradictoria, como lo es evidentemente, y si los humanos no están obligados a servirla sino mediante el empleo, el cultivo y el uso socialmente eficaz de móviles esencialmente "egoístas", en una forma de

socialización en la que cooperación y comunidad no son consideradas y no existen sino bajo el punto de vista instrumental utilitario; para abreviar si la única razón por la cual no nos matamos los unos a los otros cuando nos plazca es el miedo a la sanción penal —entonces, no solamente no puede ser cuestión de decir que una nueva sociedad podría “realizar mejor” valores ya establecidos, incontestables, aceptados por todos, sino que es necesario ver claramente que su instauración presupondría la destrucción radical de los “valores” contemporáneos, y una nueva creación cultural concomitante a una transformación inmensa de las estructuras psíquicas y mentales de los individuos socializados.

## DOS

El hecho de que la instauración de una sociedad autónoma exigiera la destrucción de los “valores” que orientan actualmente el hacer individual y social (consumo, poder, estatus, prestigio— expansión limitada del dominio “racional”) no me parece que requiera una discusión particular. Lo que sería conveniente discutir a ese respecto es la medida en que la destrucción o la usura de esos “valores” está avanzada, y la medida en que los nuevos estilos de comportamiento que se observan, sin duda fragmentaria y transitoriamente, en los individuos y en los grupos (especialmente los jóvenes) son precursores de nuevas orientaciones y de nuevos modos de socialización. No abordaré aquí este problema capital y enormemente difícil.

Pero la expresión “destrucción de valores” puede chocar y parecer inadmisibles tratándose de la “cultura” en el sentido más específico y más estrecho de las “obras del espíritu” y de su relación con la vida social efectiva. Es claro y evidente que yo no propongo bombardear los museos o quemar las bibliotecas. Mi tesis es más bien que la destrucción de la cultura, en ese sentido específico y estrecho, está ya ampliamente avanzada en la sociedad contemporánea, que las “obras del espíritu” ya

están casi completamente transformadas en ornamentos ó monumentos funerarios, que sólo una transformación radical de la sociedad podrá hacer del pasado algo que no sea un cementerio visitado en forma ritual, inútilmente y cada vez menos, por algunos parientes desconsolados y maniáticos.

La destrucción de la cultura existente (incluyendo el pasado) está a punto de realizarse en la misma medida en que la creación cultural de la sociedad instituida está a punto de desplomarse. Allí donde no hay presente, no hay tampoco pasado. El periodismo contemporáneo inventa cada trimestre un nuevo genio y una nueva “revolución” en tal o cual campo. Son esfuerzos comerciales eficaces para hacer girar la industria cultural, pero incapaces de disfrazar el hecho flagrante: la cultura contemporánea es en una primera aproximación, nula. Cuando una época no tiene sus grandes hombres, los inventa. Por otra parte, ¿qué pasa actualmente en los diversos campos del “espíritu”? Se pretende hacer revoluciones, copiando e imitando mal —también mediante la ignorancia de un público hipercivilizado y neoanalfabeto— los últimos grandes momentos creadores de la cultura occidental, con lo que se hizo hace ya más de medio siglo (entre 1900 y 1925 ó 1930). Schönberg, Webern, Berg ya habían creado la música atonal y seriada antes de 1914. ¿Cuántos, de entre los admiradores de la pintura abstracta, conocen las fechas de nacimiento de Kandinsky (1866) y de Mondrian (1872)? En 1920 el Dadá y el surrealismo ya habían aparecido. ¿Quién podría ser el novelista que se pudiera agregar a la enumeración: Proust, Kafka, Joyce? El París contemporáneo, cuyo provincianismo sólo es comparable con su presuntuosa arrogancia, aplaudió furiosamente a los audaces escenógrafos que copiaron atrevidamente a los grandes innovadores de 1920. Reinhardt, Meyerhold, Piscator, etcétera. Cuando se contemplan las producciones de la arquitectura contemporánea, se experimenta el consuelo de pensar que, si no se

derrumban solas de aquí a treinta años, de todos modos serán demolidas por obsoletas. Y todas esas mercaderías son vendidas en nombre de la “vanguardia” —aunque la verdadera vanguardia ya ha cumplido tres cuartos de siglo—.

Es cierto que, aquí y allá, todavía aparecen obras de gran intensidad. Pero yo me refiero al balance de conjunto de medio siglo. También es cierto que existen el jazz y el cine. ¿Existen o existían? Esta gran creación a la vez sabia y popular, el jazz, parece haber agotado ya su ciclo de vida hacia el principio de la década de los sesenta. El cine hace surgir otros problemas que no puedo abordar aquí.

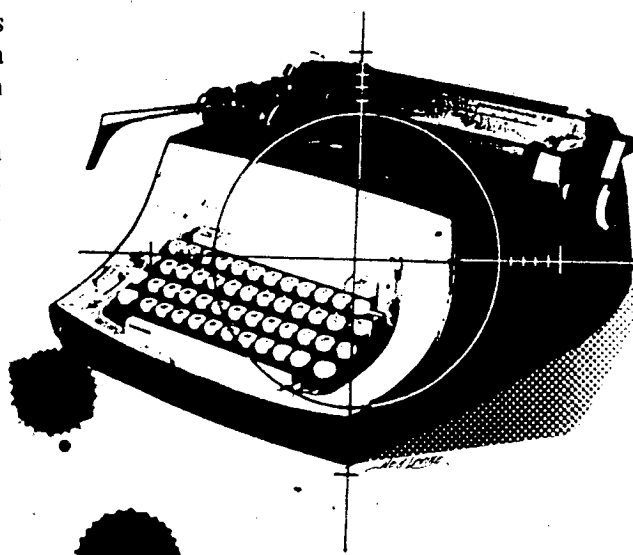
Los anteriores son juicios arbitrarios y subjetivos. Es cierto. Propongo simplemente al lector que haga el siguiente experimento mental: que se imagine a sí mismo haciendo personalmente a los más célebres de los creadores contemporáneos la siguiente pregunta: ¿se consideran ustedes, sinceramente, en el mismo nivel que Bach, Mozart, Beethoven o Wagner, que Jan Van Eyck, Velázquez, Rembrandt o Picasso, que Brunelleschi, Miguel Angel o Frank Lloyd Wright, que Shakespeare, Rimbaud, Kafka o Rilke? Y que se imagine su reacción si el interrogado respondiera: sí.

Dejemos a un lado la Antigüedad, la Edad Media, las culturas extraeuropeas y hagamos la pregunta de otro modo. De 1400 a 1925, en un universo infinitamente menos poblado y mucho menos “civilizado” y “alfabetizado” que el nuestro (de hecho: en una decena apenas de países en Europa, cuya población total era a principios del siglo XIX todavía del orden de 100 millones), se encontrará sólo un genio de primera magnitud por cada decenio. Y he aquí, después de cerca de cincuenta años, un universo de tres o cuatro mil millones de humanos, con una facilidad de acceso sin precedente a lo que, aparentemente, habría podido fecundar e instrumentar las disposiciones naturales de los individuos —prensa, libros, radio, televisión, etcétera— que no ha producido sino

un número ínfimo de obras de las que se pudiera pensar que de aquí a cincuenta años, se considerasen como maestras.

Por supuesto, la época no podría aceptar este hecho. Así, no solamente inventa genios ficticios, sino que ha innovado en otro campo: ha destruido la función crítica. Lo que se presenta como crítica en el mundo contemporáneo es la promoción comercial —cosa a todas luces justificable, vista la naturaleza de la producción que se trata de vender— En el campo de la producción industrial propiamente dicha, los consumidores han empezado a reaccionar; y es que las cualidades de los productos son la mayor parte de las veces objetivas y evaluables. Pero no sería posible tener un Ralph Nadèr de la literatura, de la pintura o de los productos de la ideología francesa. La crítica publicitaria, que es la única que subsiste, continúa por lo demás ejerciendo una función de discriminación. Lleva hasta las nubes a cualquier producto en la moda de la estación y, por lo que se refiere a los demás, no los desaprueba, simplemente calla y se entierra en el silencio. Como la crítica ha sido alimentada en el culto de la “vanguardia”; como cree haber aprendido que casi siempre las grandes obras han sido en un principio incomprensibles e inaceptables; y como su calificación profesional principal consiste en la ausencia de juicio personal, no se atreve jamás a criticar. Lo que se le presenta cae de inmediato bajo una u otra de dos categorías: o bien es algo incomprensible ya aceptado, en cuyo caso lo alabará. O bien es algo nuevo incomprensible —y por lo tanto callará, por miedo a equivocarse en un sentido o en otro. El oficio del crítico contemporáneo es idéntico al del becario, tan bien definido por Keynes: adivinar lo que la opinión media piensa que la opinión media pensará.

Estos problemas no se presentan exclusivamente en relación con el “arte”; conciernen también a la creación intelectual en sentido estricto. Apenas es posible hacer aquí algo más que rasguñar el tema mediante algunas interrogantes. El desarrollo



científico-técnico sin duda alguna continúa; puede que hasta se acelere en cierto sentido. ¿Pero acaso va más allá de lo que se podría llamar la aplicación y la elaboración de las consecuencias de las ideas ya adquiridas? Se han encontrado físicos para juzgar que la gran época creadora de la física moderna está ya detrás de nosotros—entre 1900 y 1930—. ¿No podría también decirse que, en este campo, se constata mutatis mutandis la misma oposición que en el conjunto de la civilización contemporánea, entre un despliegue cada vez más amplio de la producción—en el sentido de la repetición (estricta o amplia), de la fabricación, de la utilización, de la elaboración, de la deducción amplificada de las consecuencias—y la involución de la creación— el agotamiento de la aparición de grandes esquemas representativos-imaginarios nuevos (como lo fueron las intuiciones germinales de Planck, de Einstein, de Heineberg), que han permitido otras aprehensiones diferentes del mundo? Y en cuanto al pensamiento propiamente dicho, ¿acaso no es legítimo preguntarse por qué, después de Heidegger pero, en todo caso, ya con él, se convierte cada vez más en interpretación, interpretación que parece por lo demás degenerar hacia el comentario y el comentario del comenta-

rio? ¿No es cierto también que cuando se habla interminablemente de Freud, de Nietzsche y Marx, se habla de ellos cada vez menos, se habla más bien de lo que se ha dicho de ellos, se comparan las “lecturas” y las lecturas de las lecturas?

### TRES

¿Qué es lo que en la actualidad muere?

Ante todo, el humus de los valores donde la obra de la cultura puede crecer y al que ella alimenta y engrosa en retribución. Las relaciones son más que multidimensionales; son indispensables. Aquí hay un aspecto evidente. ¿Puede existir creación de obras en una sociedad que no cree en nada y que no valora nada verdadera e incondicionalmente? Todas las grandes obras que conocemos, han sido creadas en una relación “positiva” con valores “positivos”. No se trata aquí de una función moralizadora o edificante de la obra; todo lo contrario. El “realismo socialista” se quiere edificante: por eso sus productos son nulos. No se trata tampoco simplemente de la catarsis aristotélica. Desde la *Iliada* hasta *El Castillo*, pasando por *Macbeth*, el *Requiem* o *Tristán*, la obra conserva esta relación extraña, más que paradójica, con los valores de la sociedad; los afirma al mismo tiempo que los pone en duda y los revoca. La libertad de escoger la virtud y la gloria al precio de la muerte conducen a Aquiles a constatar que más vale ser esclavo de un pobre campesino en la tierra que reinan sobre los muertos en los infiernos. La acción, que se quiere audaz y libre, hace ver a *Macbeth* que sólo somos pobres actores que gesticulan en una escena absurda. El amor pleno y plenamente vivido de *Tristán* a *Isolda* no puede completarse sino en y por la muerte. El choque que provoca la obra es despertar. Su intensidad y su grandeza son indisolubles de una conmoción, de una vacilación del sentido establecido. Conmoción y vacilación que sólo pueden darse si, solamente si, ese sentido está bien establecido, si los valores valen fuertemente, y

así se consideran. El absurdo último de nuestro destino y nuestros esfuerzos, la ceguera de nuestra clarividencia, no destruyeron sino “educaban” al público de Edipo Rey o de Hamlet —y a aquellos de nosotros que por singularidad, afinidad o educación, continuamos formando parte de éste— porque era un público que vivía en un mundo donde la vida era al mismo tiempo (y me atrevería a agregar: con razón) fuertemente investida y valorizada. Este mismo absurdo, tema preferido por lo mejor de la literatura y del teatro contemporáneos, no puede tener el mismo significado, ni su revelación tomar valor de conmoción, simplemente porque ya no es realmente absurdo, ya no hay ningún polo de no-absurdo, al cual pudiera oponerse para revelarse fuertemente como absurdo. Es lo negro pintado sobre lo negro. De sus formas menos refinadas a éstas; desde la Muerte de un viajante hasta Fin de partida, la literatura contemporánea no hace más que decir, más o menos intensamente, lo que vivimos cotidianamente.

Muerta pues —otra cara de lo mismo— la relación esencial de la obra y de su autor con un público. El genio de Esquilo y de Sófocles es inseparable del genio del demos ateniense, como lo es el de Shakespeare del genio del público isabelino. ¿Privilegios genéticos? No; manera de vivir, de instituirse, de hacer y de hacerse colectividades histórico-sociales —y más particularmente, manera de integrar el individuo y la obra a la vida colectiva. Sin embargo, esta relación esencial ya no implicaba una situación idílica, ausencia de fricciones, ni reconocimiento inmediato del individuo creador por la colectividad. Los burgueses de Leipzig sólo contrataron a Bach cuando estaban desesperados por no haber podido conseguir los servicios de Telemann. Lo que queda es que cuando menos contrataron a Bach, y que Telemann era un músico de primer orden. Evitemos un malentendido más; yo no digo que las anteriores sociedades estaban “indiferenciadas culturalmente”, que en todos los casos el público coincidía con la tota-

lidad de la sociedad. Los residentes de Lancashire no frecuentaban el Teatro del Globo y Bach no tocaba para los siervos de Pomerania. Lo que me importa es la copertenencia del autor y de un público que toma una colectividad “concreta”, esta relación que, social, no es muy “anónima”, no es simple yuxtaposición. No es tampoco aquí el lugar para emprender un rápido bosquejo de la evolución de esta relación en las sociedades “históricas”. Baste constatar que con el triunfo de la burguesía capitalista, después del siglo XIX, aparece una nueva situación. Al mismo tiempo que es proclamada formalmente (y de inmediato conducida por instituciones específicamente designadas, en particular la educación general) la “indiferenciación cultural” de la sociedad, se establece una separación completa, una escisión, entre un “público cultivado” al cual se dirige el arte “sabio” y un “pueblo” que, en las ciudades, está reducido a alimentarse de algunas migajas caídas de la mesa cultural burguesa y cuyas formas de expresión y de creación tradicionales son, por todas partes, tanto en la ciudad como en el campo, desintegradas y destruidas. Aun en ese contexto, subsiste todavía por algún tiempo —aunque el malentendido comience a deslizarse—, entre el creador y un medio socio-cultural determinado, una comunidad de puntos de referencia, de marcas, del horizonte de la opinión. Este público alimenta al creador —no solamente en el sentido material— y se alimenta de él. Pero la escisión pronto se convierte en pulverización. ¿Por qué? Pregunta enorme a la cual no se puede responder con tautologías marxistas (la burguesía se convierte en reaccionaria desde que llega al poder, etcétera), y no puedo hacer otra cosa que dejarla sin respuesta. Se puede simplemente constatar que, al venir después de seis siglos de creación cultural “burguesa” de una riqueza inaudita (¡Qué extraño Marx! en su odio por la burguesía, y su servidumbre a sus últimos valores, alaba a la burguesía por haber desarrollado fuerzas productivas, y no se detiene



ni un instante para comprobar que, después del siglo XII, a ella se le debe toda la cultura occidental), esta pulverización coincide con el momento en el cual, progresivamente vaciados de su interior, los valores de la burguesía son finalmente expuestos al desnudo, en eso que desde entonces se ha convertido su simple insipidez. Desde el último tercio del siglo XIX el dilema está claro. Si el artista continúa compartiendo sus valores, cualquiera que sea su “sinceridad”, comparte también la insipidez, si la insipidez le es imposible, no puede hacer otra cosa que desafiarlos y oponerse, ya sea Paul Bourget o Rimbaud, Georges Ohnet o Lautrèmont, Edouard Detaille o Edouard Manet. Y yo pretendo que ese tipo de oposición no se encuentra en la historia precedente. Bach no es el Schönberg de un Saint-Saëns de su época.

Así, aparece el artista maldito, el genio incomprendido por necesidad y no por accidente, condenando a producir obras para un público potencialmente universal pero efectivamente inexistente y esencialmente póstumo. Y luego, el fenómeno se extiende (relativamente) y se generaliza: la entidad “arte de vanguardia” se constituye —y convoca a la existencia de un nuevo “público”. Auténticamente, porque la obra del artista de vanguardia encuentra eco en ciertos individuos; y falto de



autenticidad, porque no es necesario que pase mucho tiempo para constatar que las monstruosidades de ayer son las grandes obras de hoy. Extraño público que se crea en una apostasía social —los individuos que lo componen provienen casi exclusivamente de la burguesía y de las cunas que le son próximas— y que sólo puede vivir su relación con el arte que patrocina en la duplicidad cuando no en la mala fe, que corre tras el artista, en vez de acompañarlo; que cada vez debe dejarse violar por la obra en vez de reconocerla; que, por más numeroso que sea, sigue pulverizado y molecular; y para quien en el límite, el único punto de referencia con el artista es negativo; sólo lo “nuevo” es valor que se busca por sí mismo, una obra de arte debe ser más “avanzada” que las precedentes.

Pero “avanzada” ¿respecto de qué? ¿Es acaso Beethoven más “avanzado” que Bach? ¿Es Velásquez retrógrado en relación con Giotto? Las transgresiones de ciertas pseudo-reglas académicas (las reglas de la armonía clásica, por ejemplo, que los grandes compositores, empezando por el mismo Bach, “violaron” muy a menudo; o las de la representación “naturista” en pintura, que finalmente ningún pintor respetó jamás) son valoradas por sí mismas—con pleno desconocimiento de las relaciones profundas que

unen siempre, en una gran obra, la forma de la expresión y lo expresado, en la medida en que esta distinción pudiera hacerse—. ¿Era acaso Cézanne un imbécil que pintaba las manzanas más y más cúbicas, porque las quería cada vez más parecidas y cada vez más redondas? ¿Son realmente música ciertas obras atonales sólo porque son atonales? Yo no conozco, en toda la literatura universal, sino una sola obra que es creación absoluta, demiurga de otro mundo; obra que toma en apariencia todos sus materiales de ese mundo e, imponiendo a su disposición y a su “lógica” una imperceptible e inalcanzable alteración, crea realmente un universo que no se asemeja a ningún otro, y que descubrimos gracias a ella, en lo maravilloso y lo pavoroso, y que tal vez siempre hemos habitado en secreto. Es *El Castillo*, novela de corte clásico, incluso banal. Pero la mayor parte de los literatos contemporáneos se contorsionan para inventar nuevas formas cuando no tienen nada que expresar, ni nuevo ni antiguo; y cuando su público los aplaude, hay que entender que lo que aplaude son las ejecuciones de los contorsionistas.

Ese público de “vanguardia” así constituido actúa retornando el golpe (y en sinergia con el espíritu de la época) sobre los artistas. Ambos se conservan unidos, únicamente por la referencia pseudo-“modernista”, simple negación, que no puede alimentar sino la innovación a cualquier precio y por ella misma. Ninguna referencia contra la cual medir y apreciar lo nuevo. ¿Pero cómo podría haber verdaderamente algo nuevo si no hay verdadera tradición, tradición viviente? ¿Y cómo podría el arte tener como única referencia al propio arte sin convertirse enseguida en simple ornamento o bien en juego en el sentido más banal del término? En cuanto creación de sentido, de un sentido no discursivo, no sólo intraducible por esencia y no por accidente al lenguaje común sino creador de un modo de ser inaccesible e inconcebible para éste, el arte no enfrenta además a una paradoja extrema. Totalmente autárquico,

autosuficiente, no sujeto a nada, no es entonces sino como devolución al mundo y a los mundos, revelación de éste como un no-ser perpetuo e inagotable mediante la aparición de lo que, hasta entonces, no era ni posible ni imposible: del otro. Tampoco presentación en la representación de las ideas de la Razón irrepresentables discursivamente, como lo descaba Kant; sino creación de un sentido que no es ni Idea, ni Razón, que está organizado sin ser “lógico” y que crea su propio referente como más “real” que cualquier, “real” que pudiera ser “re-presentado”.

Ese sentido tampoco es “indisociable” de una forma: es forma, sólo es en y por la forma (lo que no tiene nada que ver con la adoración de una forma vacía, por sí misma, característica del academicismo invertido que es el “modernismo” actual). Ahora bien, lo que muere también hoy en día son las formas mismas, y posiblemente las categorías (géneros) heredadas de la creación. ¿O no es posible preguntarse legítimamente si la forma novela, la forma cuadro, la forma pieza de teatro, se sobreviven a sí mismas? Independientemente de su realización concreta (como cuadro, fresco, etcétera). ¿Vive todavía la pintura? No hay que irritarse fácilmente frente a estas preguntas. La poesía épica está bien muerta desde hace siglos, si no milenios. ¿Ha habido, después del Renacimiento, escultura grandiosa, fuera de algunas excepciones recientes (Rodin, Maillol, Archipenko, Giacometti...)? El cuadro, como la novela, como la pieza de teatro, implican completamente a la sociedad de la que surgen. ¿Qué ha sido, por ejemplo, de la novela de hoy? Desde la usura interna del lenguaje hasta la crisis de la palabra escrita, desde la distracción, la diversión, la manera de vivir el tiempo o, más bien, de no vivirlo del individuo moderno, hasta las horas pasadas frente a la televisión, ¿no conspira todo hacia el mismo resultado? ¿Podría alguien que ha pasado su infancia y adolescencia mirando la televisión cuarenta horas a la semana leer *El Idiota* o un *Idiota* de la época? ¿Podrá tener acceso a la

vida y a la época novelesca, colocarse en la libertad-receptividad necesarias para dejarse absorber por una gran novela, haciendo algo pro sí mismo?

Pero puede ser también que esté a punto de morir lo que hemos aprendido a llamarla, "obra de cultura" en sí: el "objeto" durable, destinado por principio a una existencia temporalmente indefinida, individualizable, asignada por lo menos en derecho a un autor, a un medio, a una época precisa. Cada vez hay menos obras y cada vez hay más productos que comparten con los demás productos de la época el mismo cambio en la determinación de su temporalidad: destinados no a durar sino a no durar. Comparten también el mismo cambio en la determinación de su origen: ya no hay ninguna esencialidad en su relación con un autor definido. Comparte, en fin, el mismo cambio de estatuto de existencia: ya no son singulares o singularizables, sino ejemplares indefinidamente reproducibles del mismo tipo. Macbeth es por supuesto una instancia de la categoría tragedia, pero es sobre todo totalidad singular: Macbeth (la obra) es un individuo singular—como las catedrales de Reims o de Colonia son individuos singulares—. Una pieza de música dudosa, los grupos que veo al otro lado del Sena, no son individuos singulares sino en sentido "numérico", como dicen los filósofos.

Trataré de describir los cambios. Puede ser que me equivoque, pero en todo caso yo no hablo desde la nostalgia de una época en la cual un genio designado por su nombre creaba obras singulares a través de las cuales era plenamente reconocido por la comunidad (frecuentemente muy mal llamada "orgánica") de la que formaba parte. Este modo de existencia del autor, de su obra, de su forma y de su público es, evidentemente, en sí mismo una creación histórico-social que se puede, fácilmente, localizar y fechar. Aparece en las sociedades "históricas" en sentido estricto, sin duda ya en aquéllas del "despotismo oriental" seguramente desde Grecia ("Homero" y

seguidores) y culmina en el mundo greco-occidental. No es el único, ni tampoco—aun desde el punto de vista "cultural" más estrecho— el más válido. La poesía demótica neogriega valida ampliamente a Homero, así como el flamenco o el ganelan validan cualquier gran música, las danzas africanas o balinesas son con mucho superiores al ballet occidental y la estatuaria primitiva no va a la zaga de ninguna otra. Más todavía: la creación popular no está limitada a la "prehistoria". Ha continuado por largo tiempo, paralelamente a la creación "sabia", debajo de ésta, alimentándola sin duda la mayor parte del tiempo. La época contemporánea está destruyendo a las dos.

¿Dónde situar la diferencia entre el arte popular y lo que se hace hoy en día? Desde luego que no en la individualidad asignada al origen de la obra—desconocida en el arte popular—; ni en la singularidad de la que no es valorada como tal. La creación popular "primitiva" o ulterior permite en verdad, y hasta hace activamente posibles, una variedad infinita de realizaciones, al mismo tiempo que hace un lugar a la excelencia particular del intérprete que nunca es simple intérprete sino creador en la modulación: cantor, bardo, bailarín, alfarero o bordadora. Pero lo que la caracteriza, por encima de todo, es el tipo de relación que sostiene con el tiempo. Aun a pesar de que no esta explícitamente hecha para durar, de hecho dura de todas maneras. Su durabilidad está incorporada en su modo de ser, en su modo de transmisión, en el modo de transmisión de las "capacidades subjetivas" que la llevan, en el propio modo de ser de la colectividad. Por eso, se sitúa exactamente en el punto opuesto de la producción contemporánea.

Ahora bien la idea de lo durable no es ni capitalista ni greco-occidental. Las estatuillas prehistóricas de Altamira y Lascaux dan prueba de ello. Pero ¿por qué, entonces, es necesario que exista lo durable? ¿Por qué es necesario que haya obras en ese sentido? Cuando se desembarca

por primera vez en el Africa negra, el carácter "prehistórico" del continente antes de la colonización salta a la vista; ninguna construcción en mampostería excepto las hechas por los blancos o los que los imitaron. Y, sin embargo, ¿por qué es necesario que por fuerza haya construcciones de mampostería? La cultura africana se ha manifestado tan duradera como cualquier otra, o más; hasta la fecha, los esfuerzos continuados de los occidentales para destruirla no han tenido éxito. Esta cultura dura de otra manera, a través de otras instrumentaciones y sobre todo mediante otra condición; y al tratar de destruir esta condición, la invasión del Occidente está creando esa monstruosa situación de que el continente pierda su cultura sin adquirir otra. Permanece, donde lo hace, a través de la continua investidura de los valores y los significados sociales imaginarios propios de las diferentes etnias, que continúan orientando su hacer y su representar sociales.

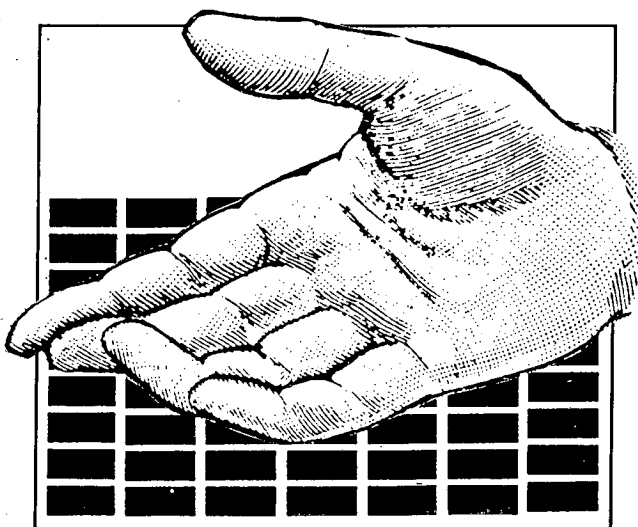
De allí—y es la otra cara de las constataciones "negativas" formuladas antes sobre la cultura oficial y sabia de la época— parece no solamente que un cierto número de condiciones para una nueva creación cultural se reúnen en este momento, sino que una cultura tal, de tipo "popular", está a punto de seguir, innumerables grupos de jóvenes, con algunos instrumentos, producen una música que en nada se diferencia de la de los Stones o la de Jefferson. Airplane—excepto por los azares de la promoción comercial—. Cualquier individuo con un mínimo de gusto que haya contemplado pinturas y fotografías puede producir fotos como las mejores. Y, ya que se ha hablado de construcciones de mampostería, nada nos impide imaginar materiales inflables que permitirían a cualquiera construir su casa y cambiarla de forma, si así lo desea, cada semana. (Se meta informado que en Estados Unidos experimentan con estas posibilidades utilizando materiales plásticos). No comento las promesas, conocidas, discutidas, ya en curso de materializarse, de la computadora casera barata; cada una

con su música aleatoria —o no—. No será muy difícil programar la composición y la ejecución de una imitación de un Nomos de Xenakis o hasta de una fuga de Bach (eso aparecería más difícil en el caso de Chopin).

Sin embargo, sería hacer trampa tratar de balancear el vacío de la cultura sabia actual con esa que intenta nacer como cultura popular y difusa. No es solamente que esta extraordinaria amplificación de las posibilidades y de la habilidad almente también sobre todo la producción "cultural" comercial (desde el estricto punto de vista de la "toma de cuadros", la película más pobre de Lelouch no es inferior a aquello que copia). Y lo que pasa es que nosotros no podemos redondear el misterio de la originalidad y de la repetición. Desde hace cuarenta años, esta pregunta me acosa: ¿por qué el mismo trozo, digamos la Sonata Nº 33 de Beethoven, escrita por cualquier contemporáneo, sería considerada como un juguete, y como obra maestra imprecadera si fuera descubierta de repente en un granero de Viena? (Está bien claro que la serie que culmina con la Opus 111 está muy lejos de agotar las posibilidades de aquello que Beethoven "descubrió" al final de su vida —y que ha quedado sin secuela en la historia de la música). Yo no he sabido que nadie reflexionara seriamente sobre el problema que surgió con el descubrimiento, hace algunos años, de la serie de "falsos Ver Meer" que durante mucho tiempo engañaron a todos los expertos. ¿Qué es lo que era realmente "falso" en sus cuadros —aparte de la firma que sólo interesa a los comerciantes y a los abogados? ¿Hasta dónde la firma forma parte de la obra pictórica?

No conozco la respuesta a esta pregunta. Puede ser que los expertos se equivocaran porque juzgaron muy correctamente el "estilo" de Ver Meer, y pasaron por alto su fuego. Y puede ser que este fuego esté en relación con lo que hace que, sin que haya para eso "ninguna razón en nuestras condiciones de vida sobre esta tierra", nosotros nos creamos

"obligados a hacer el bien, a ser delicados y hasta corteses" y que "el artista ateo" se crea "obligado a volver a empezar veinte veces un trozo cuya admiración poco importará a su cuerpo comido por los versos, como el lienzo de muro amarillento que pintó con tanta ciencia y refinamiento un artista para siempre desconocido, identificado con el nombre de Ver Meer". Proust —retomando casi literalmente un argumento de Platón— creyó encontrar el índice de una vida anterior y ulterior del alma. Yo veo allí simplemente la prueba de que nosotros no nos convertimos realmente en individuos



sino por la dedicación a otra cosa diferente de nuestra existencia individual. Y si esa otra cosa no existe sino para nosotros, o para nadie —es lo mismo— no hemos salido de la existencia individual, simplemente estamos locos. Ver Meer pintaba por pintar —y eso quiere decir: para hacer alguna cosa por alguno o algunos, y esta cosa sería la pintura. Al no interesarse rigurosamente sino en su cuadro, entronizaba en una posición de valor absoluto a la vez a su público inmediato y a las generaciones indefinidas y enigmáticas del futuro.

La cultura "oficial", "sabia", de hoy está dividida entre aquello que guarda de la obra como duradera, y su realidad que no lega a asumir: la producción en serie de lo consumible y lo perecedero. Por este hecho, se encuentra entre la hipocresía objetiva y la mala conciencia, que agravan

su esterilidad. Esta debe aparecer como que crea obras inmortales y al mismo tiempo proclamar las "revoluciones" a una frecuencia acelerada (olvidando que toda revolución bien concebida comienza pro la demostración práctica de la mortalidad de los representantes del Antiguo Régimen). Sabe perfectamente que los inmuebles que construye no valen casi nunca (ni estética ni funcionalmente) lo que un iglú o una habitación balinesa —pero se sentiría perdida si se le reconociera. Cuando los atenienses regresaron a su ciudad, después de Salamina, encontraron el Hekatompedon y los demás templos de la Acrópolis incendiados y destruidos por los persas. No los restauraron. Utilizaron lo que de ellos quedaba para igualar la superficie de la roca y rellenar los cimientos del Partenón y de los nuevos templos. Si Nuestra Señora fuera destruida por un bombardeo, es imposible imaginar por un instante a los franceses haciendo otra cosa que juntar piadosamente los restos, intentando una restauración o dejando las ruinas como estaban. Y tendrían razón. Más vale, en efecto, un minúsculo resto de Nuestra Señora que diez torres Pompidou.

Y el conjunto de la cultura contemporánea está dividido entre una repetición que sólo sería académica y vacía, en cuanto separada de aquello que antes aseguraba la continuación-variación de una tradición viviente y sustancialmente ligada a los valores sustantivos de la sociedad, y una pseudo-innovación archiacadémica en su "antiacademicismo" programado y repetitivo, reflejo fiel, por una vez, del desplome de los valores sustantivos heredados. Y esta relación o ausencia de ella, con los valores sustantivos es también uno de los puntos de interrogación que pesa sobre la cultura neopopular moderna.

## CUATRO

Nadie puede decir lo que serán los valores de una nueva sociedad o crearlos en su lugar. Pero nosotros debemos contemplar "con sobrie-

dad de los sentidos" lo que es, perseguir las ilusiones, proclamar con firmeza lo que queremos: salir de los circuitos de fabricación y difusión de los tranquilizantes, en espera de poder romperlos.

Descomposición de la "cultura"; y, cómo no, cuando por primera vez en la historia la sociedad no puede pensar ni decir nada sobre sí misma, sobre lo que es y lo que quiere, sobre lo que para ella vale y lo que no vale —y ante todo, sobre la cuestión de saber si se quiere como sociedad y como cuál sociedad. Se debate ahora la cuestión de la socialización, del modo de socialización y de lo que eso implica en cuanto a la sociedad sustantiva. Ahora bien, los modos de socialización "externa" tienden cada vez más a ser modos de de-socialización "interna". Cincuenta millones de familias aisladas cada una en su casa y mirando la televisión representan a la vez la socialización "externa" más avanzada que se haya conocido jamás, y de la de-socialización "interna", la privatización más extrema. Sería una falacia decir que la responsable es la naturaleza técnica de los modos como tal. Es cierto que esa televisión se ajusta como un guante a esa sociedad, y sería absurdo creer que se cambiaría algo si se modificara el "contenido" de las emisiones. La técnica y su utilización son inseparables de aquello de lo que son vectores. Lo que está en proceso del juicio es la incapacidad-imposibilidad de la sociedad actual no solamente y no tanto de imaginar, inventar e instaurar otro uso para la televisión, sino de transformar la técnica televisiva de modo que pudiera hacer que los individuos se comuniquen y participen en una red de cambios —en vez de aglomerarlos pasivamente en derredor de algunos polos emisores—. ¿Y por qué? Porque desde hace ya mucho tiempo la crisis ha roído la socialidad positiva como valor sustantivo.

Está, además, la cuestión de la historicidad. La heteronomía de una sociedad —como la de un individuo— se expresa y se instrumenta también en la relación que instaura con su historia y la historia. La socie-

dad puede ser ligada a su pasado, repetirlo —creer que lo repite— interminablemente; como las sociedades arcaicas o la mayor parte de las sociedades "tradicionales". Pero existe otro modo de heteronomía nacido ante nuestros ojos: la pretendida "tabula rasa" del pasado que es en verdad —porque nunca hay "tabula rasa" la pérdida de la memoria viviente de la sociedad; en el mismo momento en el que se hipertrofia su memoria muerta (museos, bibliotecas, monumentos clasificados, bancos de donaciones, etcétera), la pérdida de un lazo sustantivo y no sujeto a su pasado; a su historia, a la historia —dicho de otro modo: su propia pérdida—. Ese fenómeno es sólo un aspecto de la crisis de la conciencia histórica del Occidente que acaeció después de un historicismo-progresismo llevado al absurdo (bajo la forma liberal o bajo la forma marxista). La memoria viviente del pasado y el proyecto de un porvenir valorizado desaparecieron juntos. La cuestión de la relación entre la creación cultural del presente y las obras del pasado es, en el sentido más profundo, la misma que la de la relación entre la actividad creadora autoinstituyente de una sociedad autónoma y la ya dada de la historia, que no se podrá jamás concebir como simple resistencia, inercia o sujeción. Nosotros vamos a oponer, tanto al falso modernismo como a la falsa subversión (que se expresan en los supermercados o en los discursos de ciertos izquierdistas descarriados), una continuación y una re-creación de nuestra historicidad, de nuestro modo de historización. No habrá transformación social radical, nueva sociedad, sociedad autónoma, más que por y en una nueva conciencia histórica, que a la vez implique una restauración del valor de la tradición y otra actitud frente a ella, otra articulación entre ésta y las tareas del presente-porvenir.

Ruptura con la servidumbre al pasado en tanto pasado, ruptura con las ineptitudes de la "tabula rasa"; ruptura también con la mitología del "desarrollo", los fantasmas del crecimiento orgánico, las ilusiones de

la acumulación adquisitiva. Negaciones que no son sino la otra cara de una posición; la afirmación de la socialidad y de la historicidad sustantivas como valores de una sociedad autónoma. De la misma manera en que tenemos que reconocer en los individuos, los grupos, las etnias, su verdadera alterabilidad (lo que no implica que tengamos que conformarnos, porque eso sería, otra vez, una manera de desconocerla o de abolirla) y organizar a partir de ese reconocimiento una verdadera coexistencia de la misma manera, el pasado de nuestra sociedad y de las otras nos invita a reconocerlo, en la medida (incierta e inagotable) en que podemos conocerlo, como algo diferente a un modelo o un contraste. Esa elección es indisociable de aquélla que nos hace desear una sociedad autónoma y justa, en la que los individuos autónomos, libres e iguales, viven en el reconocimiento recíproco. Reconocimiento que no es solamente una simple operación mental, sino también y sobre todo afecto.

Y aquí, renovemos nuestro propio lazo con la tradición:

"Parece que las ciudades se mantienen unidas por la *philia*, y que los legisladores se ocupen más de la *philia* que de la justicia. A los *philoi*, la justicia no les es necesaria pero los justos necesitan de la *philia* y la justicia más alta participa de la *philia*... Los *philiae* de los que hemos hablado (sc. los verdaderos) están en la igualdad... En la medida en la que haya comunión-comunidad, en la misma medida habría *philia*; y también, justicia. Y el proverbio, 'todo es común para los *philoi*', es correcto; porque la *philia* está en la comunión-comunidad". (Ética a Nicómaco, VIII, 1,7,9).

La *philia* de Aristóteles no es la "amistad" de los traductores y de los moralistas. Es el género del cual la amistad, el amor, el afecto paternal o filial, etcétera, son las especies. La *philia* es el lazo que une el afecto y la valoración recíprocas. Y su forma suprema sólo puede existir en la igualdad —igualdad que, en la sociedad política, implica libertad, que nosotros hemos llamado autonomía.



# McLuhan, comunicación, cultura y postmodernidad

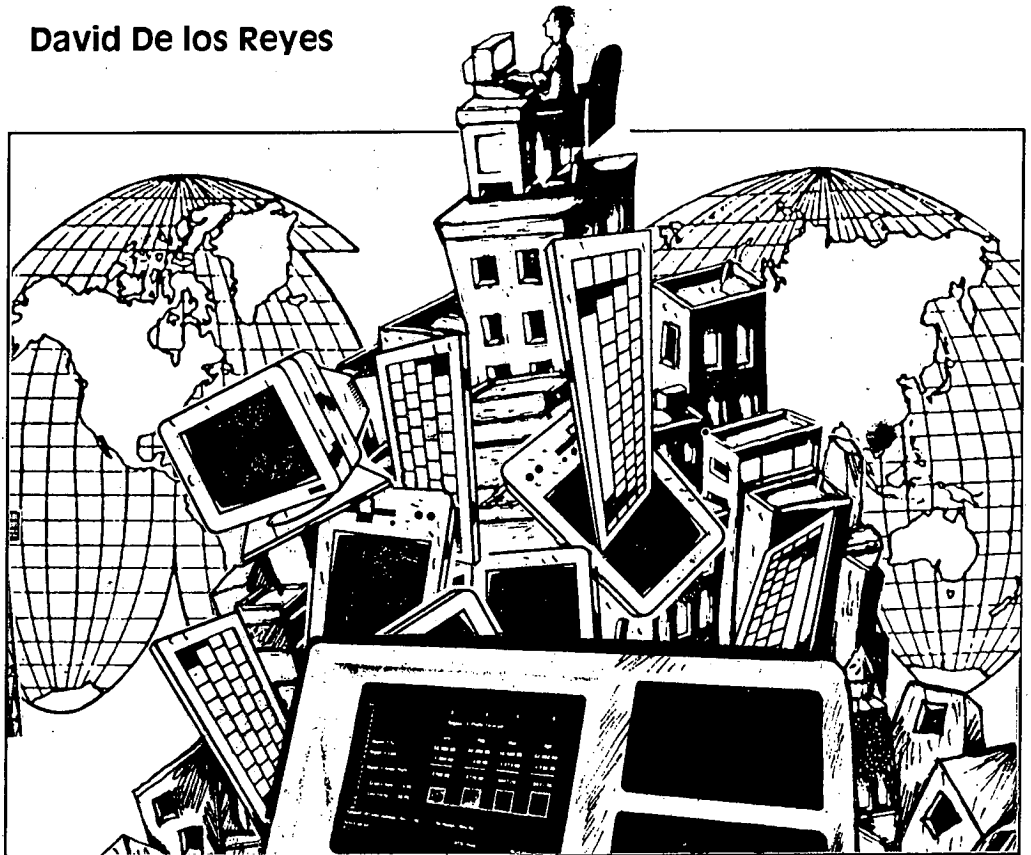
David De los Reyes

McLuhan ha sido uno de esos autores que siempre resultará incómodo dentro de los predios académicos. Resulta incómodo, digo, por ser un cuestionador de la enseñanza académica en tanto conocimiento vigente/no-vigente para el mundo que se ha ido conformando dentro de los límites impuestos por la organización externa de los medios de comunicación. Nada más leer cuál es su método de trabajo desconcierta a cualquier metodólogo de las llamadas (eufemísticamente, a mi entender) ciencias humanas. Su manifiesto-programa nos ofrece su actitud ante los mass-media:

“Ofrezco mis riesgos como alimento para los cerdos”.

“Soy un investigador. Lanzo mi sonda. No tengo puntos de vista prejudiciales. No me atengo a una postura única. Cada uno, en nuestra cultura, permanece en la misma posición, lo cual se considera un buen acierto. Pero apenas comienza a caminar a lo largo y a lo ancho y comienza a superar los límites fijados, es un delincuente, hay que enerrarlo”.

“El explorador es un ser absolutamente ilógico. Nunca conoce el momento en que está a punto de hacer cualquier descubrimiento extraordinario. Y la lógica es un término privado de significado si se le aplica al explorador. Si hubiera querido ser lógico consigo mismo hubiera optado por quedarse en casa.



“Jacques Ellul nos asegura que la propaganda comienza cuando termina el diálogo. Yo dialogo con los medios, me lanzo a la aventura en la exploración”.

“Yo no explico nada”.

“Exploro” (1)

Para nosotros resulta demasiado irreverente su posición. La concepción de investigador tradicional es mantenerse, por lo general, dentro de una premisa y postura defendible hasta el final del discurso. McLuhan explora al mundo de los mass-media y prefiere más el proceso de la aven-

tura que llegar a un resultado final; su interés está en el itinerario, en el trayecto y no en el punto de partida y de llegada, en el resultado final; afirma que el método de nuestro tiempo consiste en usar no uno sino múltiples modelos de exploración: la técnica del juicio diferido es el descubrimiento del siglo XX, así como la técnica de la invención fue el descubrimiento del siglo XIX. Comprende al mundo, lo percibe, como algo inacabado, abierto a una continua transformación; reducirse a una única interpretación de la realidad es

mantenerse pegado a la butaca de la casa. Como investigador, más que partir con premisas dadas de antemano o si las tiene o no, son una excusa para dar inicio a la exploración del objeto que se ha planteado: los medios de comunicación y las últimas tecnologías surgidas dentro de la era de la electrónica, su influencia y capacidad de transformar la percepción, los sentidos y las costumbres y hábitos del homo typograficus.

te dentro de los parámetros de un espacio y tiempo uniformes, absolutos, continuos. Para él la racionalidad y la lógica sólo nos mostrarán los hechos o conceptos ligados y en serie. Cuando alguien no tiene esa cualidad de coherencia y ligazón de inmediato se lo califica de "no es coherente", con lo cual se le está diciendo "no es racional". El hombre de la cultura impresa es el hombre que desarrolla la racionalidad por excelencia por excelencia y se

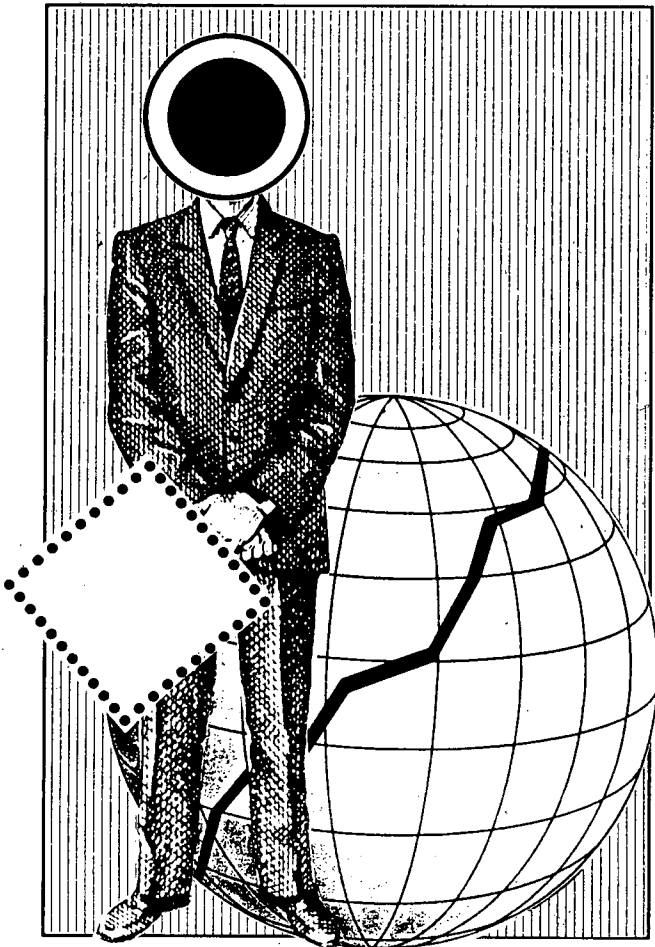
mantiene atado a los parámetros de lo visual como encuadre para cualquier fundamento de verdad. La verdad, para este canadiense, no escopia. No es rótulo ni una reflexión mental. Es algo que hacemos en el encuentro con el mundo que nos está haciendo. No tenemos sentido en el conocimiento y en la repetición. Representación, no réplica.

Para McLuhan racionalidad y visualidad son términos análogos, intercambiables dentro de la esfera de la Gala-

del poder del rey o de las finanzas, era ocultado en el nuevo inconsciente del cuento popular y del mito, para resucitar, en el siglo XIX, con la Reacción Romántica. Si echamos un vistazo a la historia occidental desde la época de Aristóteles encontramos que ella es una continua especialización lingüística que se presenta en forma creciente en su transcurrir, ello producido y ampliado por la incursión chata, uniforme y homogénea de la imprenta. Así, la cultura del escribiente (o manuscrita) de la Edad Media era de carácter oral-aural. Los manuscritos debían ser leídos en voz alta. Se establecen escuelas de capellanes para asegurar fidelidad oral. Nuestra época, digo de 1900 para acá, con la Galaxia Marconi—preponderancia de la tecnología eléctrica y posteriormente electrónica-digital—, eso se ha modificado. Ya no se vive sólo dentro de un ambiente meramente visual; desde principios del siglo XX y sobretodo, después de la Segunda Guerra Mundial se comenzó a oír los rumores del carácter audio-táctil en detrimento del poder de la palabra escrita. James Joyce en su *Finnegann's Wake* celebra, según McLuhan, la ruptura del carácter de la imprenta por la radio, el filme (televisión) y la grabación. Pudo ver con facilidad que Goebbels y sus altoparlantes originaban un nuevo eco tribal.

La tecnología del alfabeto impreso llevó, en todo sentido, a comprender al mundo en forma fragmentaria, por trozos, por partes—proceso propio de la especialización. La imprenta será el recurso repetidor, McLuhan, apoyándose en las ideas del sociólogo cultural norteamericano Lewis Mumford, obtiene como conclusión que la imprenta proporcionó la primera mercancía uniforme y repetitiva, llevando al hombre hacia el mito moderno del progreso ilimitado y de la producción en masa apostando únicamente en el modelo de destrucción, explotación y reducción de los recursos naturales y humanos inclinados a los intereses del anónimo capital de las sociedades financieras. La moderni-

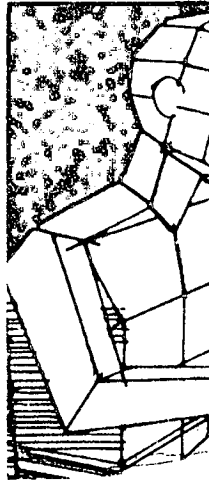
xia Gutenberg: su tecnología nos lleva a una preponderancia del alfabeto impreso, sistematiza el lenguaje, establece normas para la pronunciación y el significado; antes de creada la imprenta no existía la mala gramática, no habían errores ortográficos. Al aceptarse el libro en los siglos XIV y XV todo conocimiento que no pudiera ser incluido en las alforjas de la clasificación sistemática, lineana y en forma de géneros y especies y que no se ajustase a los parámetros de lo útil, bien a los fines



McLuhan sostuvo durante su vida que estábamos en una era de transición, de separarnos de la preponderancia de lo visual lineal, del punto de vista fijo, de la cultura del alfabeto fonético que llevó, en cuatro mil años de cultura occidental, a desarrollar una dependencia del ojo, del espacio visual y del hemisferio izquierdo del cerebro en detrimento y desarrollo del resto de los otros sentidos como del hemisferio derecho del cerebro en su conjunto. Esto nos condujo a percibir cualquier ambien-

dad la podríamos circunscribir dentro de la cultura de la imprenta; la posmodernidad, muerto el mito del progreso infinito de los países desarrollados junto a la escasez de recursos naturales, agotamiento de planeta Tierra, etc, sería el momento del relevo del modelo y de la actitud modernista como también de la cultura de la imprenta por la cultura del circuito electrónico, los chips y los medios de comunicación y de la informática. Con los aportes del campo eléctrico, hechos por Marconi al inventar en 1895 la antena transmisora de ondas herrtzianas, que llevó al hombre a la telegrafía sin hilos, entramos en el principio del fin de la tecnología impresa como factor preponderante de las comunicaciones y se pasa al momento de la influencia de tecnología eléctrica dentro de todos los parámetros de la vida humana —se comenzó a escuchar el rumor del carácter audio-táctil de los Nuevos medios; nuestro presente, sus cambios, sus crisis, su entorno y características son consecuencia del desarrollo acelerado implícito en dicha tecnología marconiana del circuito eléctrico; podemos hablar, metafóricamente, que hoy nos comunicamos, por la preponderancia de la electricidad, a velocidad luz. Así tenemos que la Galaxia Gutenberg llegaría a su momento más completo, para entrar luego en su inoperancia frente a la inmediatez electrónica, dentro de la racionalidad moderna.

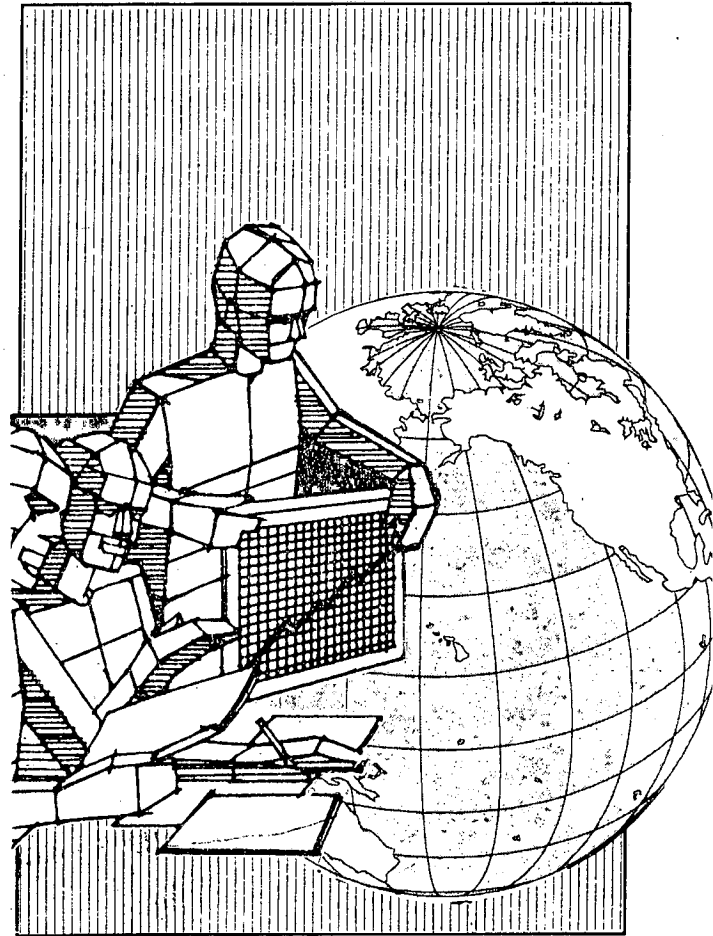
La Galaxia Marconi (junto con Edison) sería el inicio de la aparente confusión de la presente posmodernidad. En el presente, como lo entendió McLuhan hace tiempo, estaríamos hundidos dentro de dos momentos del desarrollo tecnológico y cultural de la historia del hombre, la de mantener un culto al conocimiento libresco dentro de las universidades y en los ámbitos de la educación, pero a la vez rendir otro culto fuera de los límites de las instituciones de aprendizaje, es decir, la idolatría de las masas alentado por del jugoso negocio que representan los mass-media, al culto mitológico e icónico de todo el poder visual-auditivo-tác-



til de los medios de comunicación y el mundo mágico de la era electrónica. Para McLuhan se está librando una guerra civil entre los ambientes de las instituciones educacionales y el mundo de los mass-media, ambientes no-pasivos, creados por medios distintos de la palabra impresa. Afirma que la educación debe apartarse de la instrucción, dejar las ideas comodín o clisés e ir al descubrimiento, hacia el sondeo, la exploración y el reconocimiento del lenguaje de las formas.

Se rechazan las metas; se quiere desempeñar roles; compromiso total; no se desean objetivos o puestos fragmentarios o especializados. No es absurdo decir hoy, por ejemplo, que la televisión está adquiriendo cada vez más el aspecto y la función de un electrodoméstico cultural, que exige, por parte de los usuarios adictos, una participación e implicación que, según McLuhan, nos compromete siendo una extensión de nuestro sistema nervioso, que modifica a la par nuestra relación cognoscitiva y práctica con la realidad. El investigador Nevitt ha mostrado en su libro *The Communication Ecology* que, por ejemplo, el actual exceso de dislexia y otras dificultades de aprendizaje (un 90% de las víctimas son varones) puede ser resultado directo de la televisión y otros medios electrónicos que nos presionan a regresar a un uso más acentuado del hemisferio derecho del cerebro. La dislexia bien se puede comprender por aquella situación

en que el individuo tiene la incapacidad de adoptar un solo punto de vista con respecto a todas las letras y todas las palabras. Consiste en enfocar las letras y las palabras desde varios puntos de vista en forma simultánea (es decir, a la manera del hemisferio derecho del cerebro), sin asumir que únicamente uno es el correcto (2). Problema que se presenta al mantener lo que se ha llamado la actitud de visión cercana frente a la pantalla de televisión: inclinación de algunos



niños a leer con un solo ojo como efecto de la posible relación al hecho de mirar televisión desde muy temprana edad y en forma intensá.

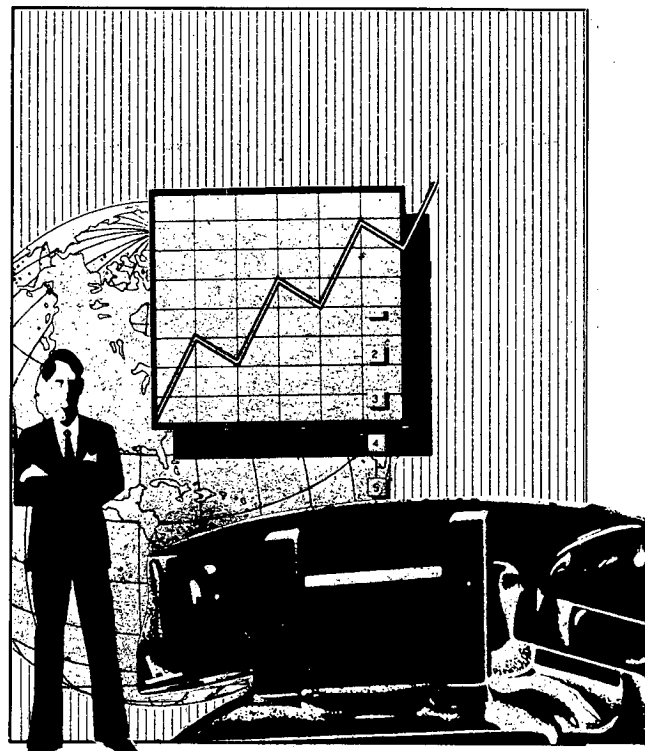
Por lo anterior no debemos separar de la formación cultural del ser social individual y colectivo de la influencia que ejerce la caja boba respecto al aprendizaje y la educación estética como ética (para Wittgenstein estos dos términos son sinónimos prácticamente) de las masas (¿pueblos?). Encontramos en McLuhan la afirmación de que cual-

quier innovación de los aparatos de comunicación electrónicos o derivados de los mismos y que entren a proyectarse dentro de una relación social lleva a la par una modificación de la estructura de nuestra percepción. Con ellos ya se ha dejado atrás el punto de vista fijo, repetitivo de la imprenta, propio de la herencia renacentista, en donde el observador se mantenía separado del objeto: no había implicación. En nuestro tiempo no podemos ya decir lo mismo. El Renacimiento, que en espíritu está aún presente para muchos historiadores e intelectuales dentro de los hábitos y proceder de eso que se ha dado en llamar hombre contemporáneo (el mantenerse fuera, distante del objeto observado) llega a su fin. El espectador no está fuera del marco de la experiencia. El mundo instantáneo de los medios de comunicación nos lleva a que todos estemos implicados dentro de la universalidad global, es decir, según la expresión acuñada por McLuhan: dentro de la Aldea Global. Hoy no estamos ya separados ni individual ni socialmente respecto a otros individuos, pueblos, naciones, continentes, sucesos políticos y sociales bien sean nacionales o mundiales. Estamos todos implicados dentro del nuevo orden tribal mundial; no hay marco limitante sino instantes sucesivos generados desde los acontecimientos de la historia de los eventos humanos y naturales. Mundo donde pareciera ser que la historia de la humanidad se convierte en apéndice de Hollywood, que se realiza desde la propia especificidad de los medios de comunicación que transmiten acontecimientos históricos mundiales más que por la acción de los hombres impulsados por alguna idea a realizar dentro de su espacio vital. Historia-espectáculo, historia-acontecimiento, historia-diversión, historia a la vez a distancia pero confortable desde nuestra habitación. Donde pareciera ser, a diferencia de las implicaciones que pensaba —¿imaginaba?— McLuhan generada por los medios, la acción del hombre se frena con la pantalla sin participar activamente en forma presencial den-

tro de ella; si participamos es como reacción pero no en forma de interacción real, todo gracias al confort que trae la técnica al hombre común; nos enteramos pero no elegimos/participamos de manera significativa en la construcción de tal realidad global; nuestra intervención se basa en obtener más de lo mismo. El filósofo italiano Gianni Vattimo refiriéndose a McLuhan nos señala que hoy decir vivir en la historia, sintiéndose uno como momento condicionado y sustentado por un curso unitario de los acontecimientos (la lectura de los diarios como oración matutina del hombre moderno propuesta por Hegel), es una experiencia que sólo llegó a ser posible para el hombre introducido en la modernidad establecida a partir de la Galaxia Gutenberg, llegándose a crear las técnicas discursivas y condiciones políticas para elaborar y transmitir una imagen global/universal de las cuestiones humanas; pero al llevar más allá de los límites toda esa técnica de las comunicaciones con la aparición del mundo tecnológico/eléctrico de Marconi-Edison y usar lo mismos instrumentos para reunir y transmitir informaciones (la era de la televisión, dirá McLuhan) semejante experiencia se hace de nuevo problemática. “Desde este punto de vista la historia contemporánea no es sólo aquella que se refiere a los años cronológicamente más próximos a nosotros, sino que es, en términos más rigurosos, la historia de la época en la cual todo, mediante el uso de los nuevos medios de comunicación sobre todo la televisión, tiende a achatarse en el plano de la contemporaneidad y de la simultaneidad, lo cual produce así una deshistorización de la experiencia” (3).

Freno cálido, donde el hecho sólo será histórico si entra en el marco de los mass-media. Podríamos agregar que el poder no se ejerce concentrado y concretando una realidad desde la presidencia de los partidos o de los comités centrales. El poder se ejerce —por la importancia, por la magnitud y presencia—, en quien detente el conocimiento, la implicación de éste dentro de los efectos que engen-

dran los medios de comunicación y, por supuesto, el contenido de los mismos. Los políticos se mantienen y persisten en responder a los problemas sociales adosados a lo que McLuhan llama “el mirar el presente a través de un espejo retrovisor”, se nos quiere mantener en una sociedad de espejo retrovisor y los cambios generados por los medios ya no nos permiten enfrentar a una situación totalmente nueva adhiriéndonos al gusto, conceptos y objetos del pasado reciente; los políticos hablan con unos conceptos y un lenguaje más del siglo XIX que de nuestro presente final del siglo. Respecto a la crisis social que vivimos es, como ha dicho Carlos Fuentes, parte del resultado de nuestros fracasos políticos. Y podemos agregar unas palabras más del escritor mexicano: “En América Latina carecemos de tecnología. Pero también carecemos de información, en el sentido europeo y norteamericano de la palabra. Carecemos de medios de expresión social. No tenemos verdaderos parlamentos, verdaderos sindicatos, verdaderos partidos políticos. Y el cine, la televisión, la radio, son instrumentos del más deleznable mercan-



**COMUNICACION**

tilismo" (4). El llamado Tercer Mundo pertenecería, por su realidad, más a una sociedad oral-auditiva que a la que ha tendido a ser el llamado Primer Mundo; una sociedad de orden visual, aunque hoy la mayor parte de su población está declinando a un estado semi-alfabeto (saben leer pero no comprenden lo que leen un gran número de individuos dentro de su población). Total que en la actualidad el mundo desarrollado, cuando la cultura visual de las sociedades industriales ha sido influida hacia una dirección acústica por medio de las tecnologías electrónicas, han sido llevadas, en forma gradual, a parecerse al Tercer Mundo; los parámetros de la verdad ya no serían establecidos por los lineamientos que nos aclara aquella frase de "ver para creer"; en lo llamado como verdadero estaríase implicando la tradición oral, el misticismo, la intuición, el conocimiento; en otras palabras no son los parámetros de la observación y de la medición los que connotarían el conocimiento de los fenómenos. Estamos creando una sociedad más de odores que de vedores. Por otra parte, Toffler ha advertido que nos encontramos dentro de una convul-

sión acelerada de cambios de poder que muestra sus efectos en las empresas, en las economías, la política y a nivel mundial, tales cambios son apenas escaramuzas de unas luchas por la conformación de un nuevo poder: de la economía de la riqueza material estamos pasando a la economía de la riqueza del y por el conocimiento y la información (5). Esas implicaciones políticas, el aventurero McLuhan si bien las comprendió, no dio mayor alerta ante ese hecho. Se limitó al análisis de los efectos y a sus implicaciones en tanta cultura comunicacional extendida a nivel mundial. De la separación del tiempo y del espacio como intuiciones puras kantianas, pasaríamos a percibir y sentir a éstas, por el desarrollo de los otros sentidos humanos y su relación dentro de eso que el sentido común llama realidad, que se encuentra mediada por los efectos de la Galaxia Marconi, de tecnología del circuito eléctrico y no únicamente por una preponderancia de lo visual alfabético/impreso, a un espacio y tiempo relativos pero dados en una sola unidad, es decir, a lo que él llama espacio acústico. Para el hombre actual la distancia que hay entre Moscú y New York no se mide tanto en kilómetros sino en horas, hacer lo contrario es incurrir en un flagrante anacronismo. Así, los trasportes y las comunicaciones del siglo XX demolieron completamente la realidad de la separación del espacio y del tiempo. Al igual hoy, si bien podemos decir que el tiempo puede ser un factor universal por su carácter cuantificable y abstracto nos encontramos que el tiempo histórico-cultural determina un haz de momentos y de conciencias distintas pero unificadas a un posible universal presente temporal. McLuhan encuentra en ese fenómeno el regreso al mundo tribal de lo acústico-oral, a la fundación de la Aldea Global, donde el tiempo ha cesado y el espacio se ha esfumado. Un mundo de sensaciones intensas, emotivas e inmediatas del ambiente acústico-visual-táctil donde nos volvemos a encontrar más cercanos de la cultura oral del hombre primitivo estruc-

turado bajo la preponderancia de la subjetividad, del sentimiento y de las emociones tribales que cercano a la jaula de cristal lineal, sucesiva, analítica, visual y racional del hombre ilustrado, liberal e impregnado de alfabetismo impreso, propio de una modernidad donde sus instituciones y sus logros técnicos científicos han dejado de ser pertinentes y han pasado al museo de curiosidades. Todo un remolino sensorial donde termina generando una onda crítica respecto a lo que se entendía por realidad. Ello no es raro. El tipo de positivismo y determinismo antiguo, sólido, tiene pocos adherentes. Volviendo la mirada a la ciencia nos encontramos que la realidad última para un físico teórico no está constituida ni siquiera por ondas y particulares, u ondículas, sino más bien por haces de hechos abstractos, posiblemente discontinuos y en última instancia incognoscibles, en igual forma no puede tener mucha confianza al concebir que el universo es en el fondo matemático (¿racional?), pues desde 1900 los matemáticos han venido afrontando una crisis de realidad. Asediados por paradojas aparentes, y dejando de creer en los fundamentos evidentes por sí mismos de su disciplina, se pondrán a hablar de intuiciones y de juegos meramente formales, interiormente congruentes, y para acabar por pasarse ante el descubrimiento de que la supuesta congruencia interna no puede probarse matemáticamente.

Retomando otra vez a Toffler nos encontramos con una sugerencia, que a la vez puede ser crítica, ante los hechos que se han dado últimamente y que divergen de la visión aldeana-global de McLuhan. Toffler señala que más que homogenizar el planeta, como hicieron los viejos medios de comunicación (la imprenta, la radio, la telegrafía, por ejemplo) propios de lo que él llama como Segunda Ola, el nuevo sistema mundial de medios de comunicación puede inculcar, antes al contrario, una mayor diversidad. La mundialización, por lo tanto, no es lo mismo que la homogeneidad. En lugar de un solo pueblo mundial, como pronos-



ticaba McLuhan, él apuesta a que sea más probable que veamos una diversidad de pueblos mundiales totalmente diferentes —interconectados todos mediante un nuevo sistema de medios de comunicación, pero esforzándose todos por conservar o por potenciar su individualidad cultural, étnica, nacional o política (6).

Para McLuhan el comprender los usos humanos de un artefacto podría llevarlo a poder predecir lo que la sociedad llegaría a hacer con un nuevo invento. Una de sus preocupaciones como estudioso de los problemas de la cultura y sobre todo en relación a los medios de comunicación fue el que las extensiones de la conciencia humana se proyectaban hacia el medio de todo el mundo a través de la electrónica, empujando a la humanidad hacia un futuro robótico. ¿Qué significado tiene aquí el término robótico? Tal término no es utilizado por McLuhan y sus acólitos como significación de un comportamiento mecánicamente rígido; el cual si lo fue en el caso de la obra teatral de 1938 de Karel Capek titulada *Robots universales* de Rossum, donde se utilizó el término por primera vez. El término robotismo, o el pensamiento del hemisferio derecho, es la capacidad de ser una presencia consciente de estar en varios lugares al mismo tiempo. Es un modo del hemisferio derecho: el modo dominante del cerebro de las capacidades mecánicas extendidas de nuestros cuerpos, armonizadas a un solo momento y un solo lugar. El robotismo es descentralizador, efecto propio de sociedades eléctricamente configuradas en donde cada punto en la red es tan central como el siguiente. El hombre de la era electrónica pierde contacto con el concepto de centro director; se disuelven jerarquías y nos encontramos dentro de una reforma constante; entramos en la era del espacio acústico y dejamos atrás al espacio visual, propio del funcionamiento del hemisferio izquierdo. La esencia del robotismo es ese poder de simultaneidad que asentado sobre el ordenador adjunto a una base de datos provocará lo que McLuhan llama una implosión para

algunos comercios y servicios públicos; se llegará a un tiempo y espacio sin división, en el mismo sentido que no se puede dividir una nota musical. Pero hay que comprender que esto sólo estará presente dentro de aquellas sociedades que han pasado de una sociedad de la fábrica a una sociedad de la informática, o lo que es lo mismo, de la producción por chimeneas (o hardware) a la producción informatizada (o software); ir de la galaxia Gutenberg a la Marconi. Nuestras sociedades las vemos lejos de ello, aunque sí implicadas por el paso del dominio económico del mundo desarrollado respecto a nuestra dependencia cultural científica y técnica. Por otra parte nos encontramos dentro de una alta indefinición y ambigüedad; queremos pertenecer a la modernidad del llamado primer mundo, propio de una sociedad de espacio visual y uso del hemisferio izquierdo y altamente alfabetizado, pero, a la vez, nuestra población está condicionada por el determinismo del hemisferio derecho, lo oral y lo tribal. Nuestras sociedades aún se encuentran viviendo dentro de un medio natural. McLuhan se preocupó porque se comprendiera que dentro de las sociedades civilizadas el hombre ya no vive dentro de un medio natural; se vive dentro de un espacio euclidiano. Por 2500 años el concepto de esta geometría condicionó tanto nuestro pensamiento que nos vemos obligados a vivir dentro de cubos y rectángulos: cuartos y casas cuadradas, calles paralelas, etc; el círculo no es ajeno a nuestra arquitectura y vida. La línea recta o plano euclidiano prevalece en nuestro cerebro, órgano adiestrado sólo al hemisferio izquierdo en detrimento de las virtudes del derecho. El mundo del hombre moderno es un mundo mecánico, concentrado en la línea y planos rectos. Cosa que en la naturaleza no existe. En el espacio real no hay líneas rectas; Einstein ya lo había dicho; las paralelas no se unen en el infinito. Simplemente se curvan sobre sí mismas. La referencia euclidiana no funcionará en el espacio exterior. La verdadera naturaleza,

según McLuhan, el espacio acústico (sonido de retorno; el eco) no tiene centro. Consiste en resonancias casuales sin límite.

El robotismo significa, también, la supresión del ser observador consciente, eliminando todo temor y circunspección, todo impedimento al desempeño real del individuo. Ese tipo humano puede ser descrito con las palabras del filósofo japonés Suzuki como aquel individuo “que se vuelve como los muertos, que están más allá de la necesidad de ponerse a pensar sobre el curso de la acción. Los muertos ya no regresan, son libres. Por tanto, decir viviré como si estuviera muerto significa una liberación suprema del conflicto” (7). La expresión utilizada por los japoneses de “vivir como si estuviera muerto” se refiere a que se vive en un plano de máxima habilidad, donde no existen tensiones ni impedimentos de ningún tipo para efectuar la acción a nivel individual; es lo propio del hombre entrenado al máximo de sus capacidades según esa visión japonesa. Es un hombre que puede llevar a cabo los actos más difíciles y devotos de generosidad. Esta diferencia la encuentra McLuhan ubicada físicamente en la naturaleza del ser japonés por hacer dicha cultura un mayor uso del hemisferio derecho del cerebro (que corresponde a lo táctil-espacial-acústico-musical, lo holístico, lo espiritual, a lo intuitivo-creativo, a lo cualitativo, etc.) a diferencia de la cultura propia de occidente que utiliza casi únicamente el lado del hemisferio izquierdo cerebral (propio de lo visual-habla-verbal, de lo lógico-matemático, de lo lineal-detallado, lo intelectual, lo cuantitativo, etc.). Para nosotros hasta ahora el hemisferio derecho ha sido continuamente atropellado y dominado por el izquierdo. La actual era electrónica, en su inescapable confrontación con la simultaneidad, presenta la primera amenaza seria la dominio de 2500 años del hemisferio izquierdo. La cultura del hemisferio derecho tiene una gran afinidad por la simultaneidad de la era de la informática electrónica. En el mundo oriental

hay una constante situación de reajuste, actitud presente en las relaciones sociales entre las personas; marcando una real diferencia respecto al punto de vista occidental o visual que supone una posición fija desde la cual se debe examinar cada situación y sostener la propia en preferencia. El hemisferio derecho está relacionado con percibir al tiempo como un continuo presente, y con un sentido de la simultaneidad. El presente es la infinidad en movimiento, la esfera de lo relativo. La relatividad busca continuamente el ajuste: tal ajuste, para los orientales, es un arte. El arte de la vida yace en un constante reajuste a lo que nos rodea. Para los taoístas mantener la proporción de las cosas y dar lugar a otros sin perder la propia posición era el secreto del éxito en el drama mundano. Lo propio del arte construido sobre la acentuación del uso del hemisferio izquierdo, como lo es en la cultura occidental, es que admiramos más el poder de una declaración y la línea de contorno en el diseño; en el arte arropado bajo la sombra del hemisferio derecho, como lo es la cultura oriental, en lugar de colocar su admiración y atención a la declaración, lo colocará sobre el valor de la sugestión. Ello da oportunidad al espectador de completar la idea y así logra que una gran obra de arte le parezca que sea irresistible hasta que uno parece convertirse en parte de ella. Nuestro mundo de chips y comunicaciones a velocidad luz nos pueden llevar a unificar los dos hemisferios del cerebro: izquierdo y derecho que en el hombre occidental se había mantenido separados por la preponderancia del lado izquierdo del cerebro motivado por toda la cultura visual surgida por el alfabeto y la imprenta. Epoca desgarradora para el individuo que se encuentra en medio del torbellino de los medios que, como el personaje del cuento El descenso al Maleström de E. A. Poe, gracias a un distanciamiento racional sobre su situación conjuró su desastre comprendiendo el mecanismo del fenómeno. Igualmente la comprensión del ambiente crea-

**COMUNICACIÓN**

do por las nuevas tecnologías y los medios de comunicación si bien no podemos negar que su existencia rodee y acorrale a la nuestra, si podemos efectuar estrategias de reajustar nuestra persona y entender nuestra difícil situación ante el remolino de la configuración eléctrica.

Creo que con todo lo que hemos señalado sobre McLuhan se puede lograr tener una idea de su obra y su trabajo en la búsqueda de la comprensión de los medios de comunicación. Estas páginas no pretenden mostrarlo en forma definitiva; queremos, como lo propio del arte oriental, sugerir más que afirmar y ser enfáticos. Por todo lo anterior y de lo que de ello se infiere encontramos que este canadiense, amigo que compartía y discutía sus ideas con figuras artísticas de la talla del pianista canadiense Glenn Gould o del compositor americano John Cage, pensamos que seguirá siendo un autor incómodo dentro de los ámbitos, por ejemplo, de una escuela de filosofía y por supuesto dentro de los lineamientos de lo que entendemos por academicismo: enseñanza de un conocimiento sistemático y tradicional. Henry Adams decía que en 1990 la continuidad de la tradición cultural de occidente se había quebrado, un nuevo mundo comenzó entonces. Ante ello nos surgen varios interrogantes: ¿Cuál actitud mantener ante las exploraciones de McLuhan? ¿Realmente se puede despachar como otro perro muerto, como un filósofo menor totalmente superado? O ¿más que un filósofo o culturólogo no será un poeta de los medios de comunicación? Dejo esas interrogantes sin ánimo de responderlas. Por nuestra parte creo que se puede tomar lo que sugería el filósofo italiano —¿menor también?— y estudioso del fenómeno de los mass-media, Umberto Eco, en su libro Apocalípticos e integrados: “En cuanto a McLuhan el caso es distinto: aunque las ideas las despache en forma desordenada, las buenas junto a las malas, aquellas siempre llaman a otras ideas, al menos para ser refutadas. Leed a McLuhan; pero inten-

tad luego contarlos a vuestros amigos. Así os veréis obligados a seguir un orden y despertaréis de la alucinación”. (8).

¿Qué significa ese mmmmmmm mmmmmmmmmmmurmullo?

## NOTAS

1. G. Gamaleri. La Galaxia McLuhan. p. 49.
2. B. Nevitt. The Communication Ecology. p. 60-61.
3. G. Vattimo. El fin de la modernidad. p. 17.
4. C. Fuentes. La Nueva Novela hispanoamericana. p. 95.
5. A. Toffler. Cambios de Poder. p. 40 y ss.
6. Idem. p. 395.
7. Cit. por M. McLuhan y B.R. Powers. La Aldea Global. p. 75.
8. U. Eco. Apocalípticos e Integrados. p. 403.

## Bibliografía

- ECO, U.: *Apocalípticos e Integrados*. Ed. Lumen. Barcelona, 1968.
- GAMALERI, G.: *La Galaxia McLuhan*. A.T.E. Ed. Madrid, 1981.
- FUENTES, C.: *La Novela hispanoamericana*, Joaquín Mortiz Editor. México, 1969.
- MCLUHAN, M.: *The Medium is the message*. Batam Books, USA, 1967.
- MCLUHAN, M.: *La comprensión de los Medios como las extensiones del hombre*. Ed. Diana. México, 1969.
- MCLUHAN, M.: *La Galaxia Gutenberg*. Ed. Aguilar. Madrid, 1972.
- MCLUHAN, M.: *La Cultura es nuestro negocio*. Ed. Diana, México, 1976.
- MCLUHAN, M.: Con Q. Fiore y J. Agel.: *Guerra y Paz en la Aldea Global*, Ed. Martínez Roca. Barcelona, 1971.
- MCLUHAN, M.: Con E. Carpenter.: *El aula sin muros*. Ed. Laia. Barcelona, 1981.
- MCLUHAN, M.: Con B.R. Powers.: *La Aldea Global*. Ed. Gedisa. Barcelona, 1990.
- NEVITT, B.: *The Communication Ecology*, Ed. Butterworth and Company, Toronto, 1982.
- TOFFLER, A.: *El Cambio de Poder*. Ed. Plaza & Janes. Barcelona, 1990.
- VATTIMO, G.: *El fin de la modernidad*. Ed. Gedisa. Barcelona, 1986.

**H**ace 25 años Tom Wolfe repetía una pregunta que un genio se hacía en USA a propósito de McLuhan: ¿y si tiene razón? Ese era el título del ensayo donde Wolfe describía no sólo los planteamientos del canadiense, sino la súbita fama y el esplendor que se crearon en torno a McLuhan. De pronto era el gurú de la nueva era, la de los medios electrónicos de comunicación. Sus conferencias y su presencia era solicitada por universidades, políticos, empresarios, agencias de publicidad. Porque el asunto no era sólo analizar la validez de sus propuestas, era también la inquietud de no quedarse atascado en la era pre McLuhan, porque ¿y si tiene razón?(1).

Para ser honestos, muchas de las propuestas de McLuhan lucen hoy francamente disparatadas, sin asideros científicos desde el punto de vista sociológico, comunicacional y neurológico. Pero haciendo una comparación forzada con Toffler, nos encontramos con que este es escuchado y atendido por —nuevamente— empresarios, políticos, agencias y en el ámbito comunicacional —¡que ocupa buena parte de sus planteamientos!— es casi ignorado. ¿Y si tiene razón?.

**LAS COSAS DE TOFFLER**

Muy sucintamente, su planteamiento central es el PODER. La calidad de este ha variado a través de los siglos. En las llamadas sociedades de la Primera Ola, basadas en la agricultura como estructura económica fundamental, el poder era ejercido básicamente a través de la violencia; no sólo el estado sino también los individuos ejercían dominio mediante la coerción física o su amenaza. En las sociedades de la Segunda Ola, estructuradas en Europa a partir de la industrialización capitalista, la riqueza desplaza a la violencia como herramienta de poder. El

**Toffler  
¿y si también  
tiene razón?**

**Miguel Cabrera Bilners**

salario no es sólo el pago de unas horas de trabajo, es también un mecanismo de recompensa y castigo; el dinero compra tratados internacionales, cambia fronteras, crea estados y por último, produce una amplia sociedad de masas que consume los productos generados por las industrias. Finalmente, en los años 50 se dibujan con claridad las tendencias que dan paso a la sociedad actual, la Tercera Ola, donde el conocimiento es el pivote de la economía y la sociedad, de alcance hasta el siglo XXI.

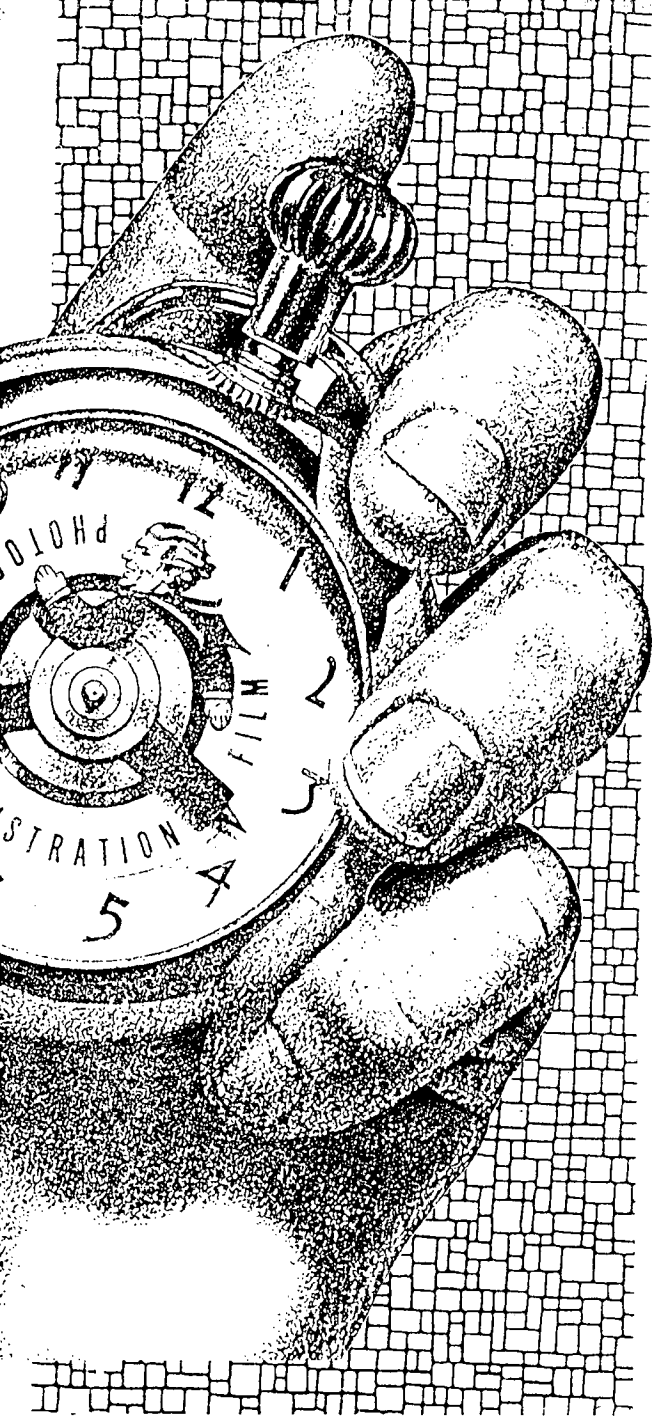
El concepto de Conocimiento es amplio, e incluye una serie de elementos inseparables a él. Se compone de datos, los cuales son “hechos más o menos inconexos”; información, que son “datos que hayan sido ordenados por categorías y planes de clasificación u otras pautas” y conocimiento propiamente, que “significará información que ha sido depurada dándole forma de afirmaciones más generales (...) Comprenderá o subsumirá información, datos, imágenes e imaginación, así como actitudes, valores y otros productos simbólicos de la sociedad, tanto si son ‘ciertos’, como ‘aproximados’ o incluso, ‘falsos’ “ (2).

Por supuesto que la “tríada del poder”, violencia, riqueza y conocimiento ha estado presente a lo largo de todas las sociedades y muy probablemente nunca deje de estarlo. En las sociedades agrarias la riqueza confería poder, además de ser necesaria para el mantenimiento de los

ejércitos; así mismo, el conocimiento era valorado, partiendo del uso de redes de espías hasta el hecho de que los ciudadanos más cultos, con conocimiento, era los que tenían acceso al poder. En las sociedades industriales la violencia ha sido ejercida con harta frecuencia no sólo en el control social interno, sino que las guerras interestatales eran usualmente guerras comerciales; el conocimiento se perfilaba como herramienta importante, al punto, que asistimos al nacimiento de la alfabetización masiva y al auge de los medios masivos de comunicación. En las sociedades actuales, la riqueza provee la oportunidad de generar más conocimiento, en un ciclo que se retroalimenta; y la amenaza de la fuerza está siempre presente en la mesa de negociaciones (cuando ésta existe). Pero incluso la violencia se efectúa a partir de los productos del conocimiento; la guerra del golfo tiene así un carácter emblemático, que va desde el control ejercido a los medios al uso de la tecnología bélica más informatizada.

De modo que el problema está en el acento y la primacía que en una sociedad toma uno de los factores de la tríada del poder. De acuerdo a la definición de Toffler y a los datos que nos da la realidad, el conocimiento está estructurado a través de las herramientas más diversas. Se compone de los medios de información tales como redes de computación, telefaxes, satélites, telefonía,





fotocopiadoras, sistemas de video, televisión por onda y por cables; discos compactos; radio, prensa y libros; así como los sistemas educativos y culturales existentes en las sociedades.

Estos cambios en las sociedades están ocurriendo en un mundo que no es homogéneo, donde coexisten países con un alto grado de desarrollo económico, social, tecnológico y comunicativo, junto a áreas en estado de miseria. Para los países subdesarrollados se trata del reto de integrarse a estas nuevas tendencias, a riesgo de marginarse del mundo moderno, aún cuando numéricamente

constituyan la mayoría de la población terrestre.

### LA OLA LATINOAMERICANA

A pesar de los enormes esfuerzos de Chile y México para integrarse al mundo moderno, Latinoamérica en general sigue siendo dominio del subdesarrollo. Sin embargo, hay motivos para mantener el optimismo, particularmente en Venezuela. Ello se basa en que las tendencias descritas anteriormente no son extrañas a nuestras sociedades. Las nuestras no son sociedades de la tercera ola, pero tampoco de la segunda ni de la primera. Por paradójico que parezca, tenemos la enorme ventaja de coexistir con estructuras agrarias, industriales y con atisbos, incipientes pero firmes, de elementos de las sociedades del conocimiento. Toffler se ha referido a esto en varias oportunidades, incluyendo en la visita que hizo al país el año pasado.

“La buena noticia es que los países hoy en desarrollo podrán saltarse todo un período de desarrollo de infraestructura, pasando de las comunicaciones de la primera ola a las comunicaciones de la tercera, sin necesidad de invertir las ingentes cantidades necesarias para construir las redes y los sistemas de la segunda ola”(3)

En Venezuela tenemos una agricultura de subsistencia junto a una agroindustria con base tecnológica importante; falta mucha investigación y aplicación de biotecnología. Una estructura industrial interesante, que confiamos se esté “reconvirtiendo”. Tenemos una CANTV que no comunica y un sistema educativo envidia de los somalíes, junto a una de las redes de computación más avanzadas y completa de Latinoamérica. Hay aproximadamente 150 mil faxes instalados, que generan unas 165 millones de conexiones anuales. Una creciente malla de comunicaciones vía celular, además de una gran cantidad de periódicos locales y nacionales, estaciones de radio AM y FM, canales de TV nacionales y regionales, de suscripción y parabólicas.

Los celulares y los canales de suscripción son un buen ejemplo de cómo saltar a la tercera ola. En el primer caso, los requerimientos de comunicación empresarial —obviamos los requerimientos de “pantalleo”— dieron pie a la proliferación de la telefonía celular; en algún momento, propio de la innovación tecnológica y a las necesidades de mercado (“cuántas más personas estén incorporadas a un sistema, tanto mas valioso se hace para todos los usuarios, y en especial, para fines comerciales”) (4) estos sistemas podrán enlazar áreas rurales y otros sitios de remoto acceso; hoy día la comunicación celular-satélite es muy costosa, pero mañana puede tener un uso más amplio. Los canales por suscripción desecharon el costosísimo sistema por cable, remitiéndose al uso de la señal por onda, con lo que obtuvieron el mismo resultado: la ampliación del espectro comunicacional de la imagen por TV. Además, se han incorporado a la programación por satélite, y están logrando la comunicación de la imagen televisiva a nivel latinoamericano. Más de 75 mil suscriptores (un público potencial de unas 300 mil personas) tiene acceso a más de 20 canales y a una señal global latinoamericana.

### LA OLA DE LA CULTURA

La definición de Toffler del conocimiento nos da pie para comprender a la cultura en un marco amplio. Sin llegar a la tautología de que cultura es todo lo que el hombre hace, si podemos precisarla como toda producción simbólica generada en una sociedad, bien sea de carácter “voluntaria” o con intención estética, lo que se ha llamado por ahí Cultura Superior; bien sea con carácter de información y entretenimiento, lo que se califica como Cultura de Masas; bien sea de carácter “involuntario”, que es aquella que tiene algunas intenciones estéticas con elementos de entretenimiento, tales como narraciones orales, bailes y cantos, etc., la cual se ha denominado Cultura Popular. No deseamos discutir la pertinencia y la connota-

ción que esta clasificación y estos términos sugieren; se trata de tener algún principio que nos guíe en el análisis.

Desde esta perspectiva, la producción de cultura es un fenómeno sumamente complejo, y no es de índole lineal. Es más bien una estructura circular, de retroalimentación, donde los creadores aportan pero también reciben, nutriéndose, aportes de los espectadores o consumidores de cultura los cuales a su vez incorporan elementos nuevos, valorables, que enriquecen los nuevos productos culturales. Es bastante conocido el hecho de que la Cultura Superior extrae y condensa elementos de la Cultura Popular. Es también apreciable el hecho de que la Cultura Popular, a veces conscientemente, a veces no, toma elementos de la Cultura Superior para enriquecer sus propias creaciones. Pero es mucho más desdeñado y a veces negado, el hecho de que la Cultura de Masas toma elementos de los otros niveles, los incorpora a su lenguaje y genera productos de valores estéticos interesantes. Y más despreciada aún es la constatación de que la Cultura Superior y la Popular toman elementos de la Cultura de Masas, de la que se enriquecen notablemente.

Todavía se insiste, con cierta frecuencia, acerca del "efecto alienante de los medios". Las posturas crítico-negativas adolecen, como las utopías, de una cierta añoranza por una especie de Edad de Oro donde la gente era más auténtica en sus valores, donde la Cultura Popular y la Superior no eran manchadas por la presencia embrutecedora de los medios. Sería interesante una investigación comparativa—imposible, por lo demás—entre los niveles culturales y de gusto estético entre la gente del siglo XIX, pongamos por caso, y la del siglo XX. ¿Y si descubrimos que en promedio la gente tiene los niveles y el gusto indicados más altos, incluyendo en calidad, en las sociedades contemporáneas, a partir justamente de los medios? Se nos puede aducir que ello es producto de la educación masiva y la alfabetiza-

ción. Pero tanto uno como la otra son inseparables del auge de los medios; separarlos sería falsear la historia.

Lo anterior no quiere decir que todos los productos culturales sean positivos, y menos estéticos. No todo lo que aparece en la prensa es creíble; la mayoría de la programación televisiva es mediocre e incluso manipuladora; la mayor parte del cine es intrascendente. Pero no se puede dejar de lado que no todas las obras de la Cultura Superior son de calidad y que el ser una obra de la Cultura Popular no la convierte automáticamente en arte, a veces no vale la pena ni acercarse a ella. Borges decía que prefería leer libros que tuviesen al menos 100 años de escritos, a modo de filtro de lo trascendente y lo banal. Lo que queremos destacar es que en las obras masivas coexisten productos mediocres con obras de alto nivel, aún siendo concebidas para el consumo masivo. En todo caso el problema no está tanto en la tendenciosidad supuesta de los medios; es más bien un problema de talento de las personas que están en los medios. Como decía Stanley Kubrick: El motivo por el cual la mayor parte de las películas de Hollywood son mediocres no es porque aquellos que las hacen sean unos cínicos ávidos de dinero. Muchos de ellos trabajan lo mejor posible; quieren hacer de verdad buenas películas; el defecto no está en sus corazones; está en sus cerebros" (6).

Otro aspecto que nos interesa resaltar es cómo la presencia de los medios ha cambiado la estructura de percepción e incluso de creación de la gente. Ello brinda material para otra prueba comparativa, también imposible. Esa fue la preocupación central del intento fallido de McLuhan (7). Sin embargo, es dable especular a partir de él. Si aceptamos que las nuevas teorías en la física, incluyendo la relatividad, permitió al hombre cambiar sus percepciones acerca del mundo. ¿Sería la novela, la música, la pintura sin mencionar al cine, medio tecnológico per se del siglo XX, la misma sin la presencia del lenguaje de los medios? Más importante aún ¿comprendería el público

esas creaciones si los medios no hubiesen participado en la formación de un lenguaje que permitiese comprenderlas?

La nueva sociedad del conocimiento estará basada en la combinación de todos los medios. Se les ha denominado multimedia, y es lo que permite combinar la computadora con la televisión, el disco compacto y la línea telefónica. El mundo del futuro es el de los multimedia, donde una computadora permitirá trabajar desde la oficina o la casa; conectada a la línea telefónica, el trabajador enviará el producto a la oficina central o al destinatario indicado. Ello tanto para el trabajador comercial, el ingeniero o el creador, ya sea un periodista o un escritor. Pero hay más. Avanzados programas le permitirán al creador multiplicar sus posibilidades en el diseño artístico, musical, e incluso literario. Usando una pantalla de alta definición o conectado a una televisión de alta resolución, tendrá acceso a una programación de enorme variedad proveniente de todos los rincones del mundo, multilingüe y pluricultural. Podrá contar con una base de datos almacenada en un pequeño disco que le dará acceso a toda la producción filosófica, literaria, musical de la humanidad, pudiendo obtener informaciones cruzadas en las que lea como era el canto gregoriano en el medioevo, que opinaba Tomás de Aquino de la música, oír una interpretación de esos cantos por la agrupación musical deseada y si se es músico, hacer unas variaciones sobre temas gregorianos, en base a lo consultado, todo a la vez.

A decir verdad, más que multimedia ya se habla de hipermedia para poder abarcar todas las posibilidades que las nuevas tecnologías ofrecen. Coexisten el hipertexto, quizás más pasivo al ser un producto de tipo informativo: permite la consulta cruzada de temas, tal como se describió, pero no la interacción, el hipermedia permite la consulta pero también la creación (8). Creemos que se puede apostar a ambos. Sus límites son sólo tecnológicos y de creatividad y ambas son ilimitadas.

Lo bueno es que no es ciencia ficción; lo bueno es que ya está aquí.

Uno de los productos de la sociedad de información es la desmasificación, lo cual es válido tanto para la producción y el consumo de bienes como para la cultura. La sociedad de masas fue resultado de las sociedades de la segunda ola, del tipo industrial. El nuevo orden requiere un consumidor individualizado, por lo que los mensajes son ahora personalizados, o al menos enfocados a nichos particulares de consumidores, tanto de bienes "materiales" como culturales. El uso descrito anteriormente de la nueva tecnología es un ejemplo de ello. En nuestro país hay una verdadera explosión de publicaciones especializadas, donde el uso de la tecnología más avanzada es imprescindible. Para hacer una revista basta contar -aparte del talento y la inversión inicial- con dos o tres personas que recojan y redacten los materiales, los cuales son diagramados en una computadora, impresos en otra compañía y distribuidos a través de canales ya existentes. Los canales por suscripción son otra muestra de programación personalizada, cuya tendencia se profundizará a medida que los avances tecnológicos lo permitan.

Los cambios descritos tienen hondos repercusiones, incluso antropológicas. Es una nueva civilización la que se está conformando. Tanto el consumo de cultura como su creación exigen nuevos códigos, nuevos lenguajes y nuevos creadores de un arte que aún está por desarrollarse.

## SURFEANDO SOBRE LAS OLAS

Lo bueno de estar al borde de un abismo es que o bien nos caemos, en cuyo caso nada tiene importancia porque seguro nos morimos, o seguimos ascendiendo, porque lo que venga con toda posibilidad será mejor. Latinoamérica se encuentra al borde del abismo; no integrarnos a las nuevas realidades del mundo significa caer, con las secuelas sabidas de miseria y marginación. En este caso, las tendencias de la tercera ola

que hoy existen en nuestras sociedades en algún momento se paralizarán y estancarán, y ello incluye el empobrecimiento cultural. Al degradarse la cultura, la masificación de la producción cultural tomará el lugar de la individualización y la creatividad; las tendencias más retrógradas de la industria cultural serán la alternativa y el resultado del empobrecimiento general.

La integración a las sociedades de la tercera ola es la dirección contraria al abismo. Nadie dice que sea un proceso inmediato y mucho menos fácil y plácido. Sobrevendrán más estallidos sociales junto a largas y a veces infructuosos intentos de acuerdos con los países desarrollados, los cuales se mueven en dos tendencias con frecuencia paralelas: por un lado les interesa negociar con proveedores que estén sincronizados con el ritmo instantáneo de las sociedades del conocimiento; por otro les conviene mantener ciertos niveles de intercambio desigual. Pero lo que suceda, en última instancia depende de nosotros mismos.

Lo anterior es válido para el área cultural. La integración requiere varios procesos: a) Una profunda modificación del sistema educativo a fin de elevar el nivel de conocimiento de la población. b) Un impulso decidido a la investigación y el desarrollo de nuevas tecnologías y nuevos procesos. c) Un fuerte desarrollo del sector comunicaciones. d) Entender que la cultura es un excelente negocio y es un negocio exportable.

Carlos Fuentes ha dicho que lo mejor que tiene Latinoamérica es su cultura. Si tenemos un producto que representa una ventaja comparativa ¿por qué no incentivar su desarrollo pero con claros fines de exportación? Afortunadamente hay gente que ha estado trabajando en eso y a lo que presumimos, no sólo por razones mercantiles —sin que ellas sean desdeñables—. Desde el boom de la novela latinoamericana a las telenovelas de Red O'Globo, desde el cine mexicano a los escritores Nobel, desde Casa de las Américas a las tele-series de RCTV y Venevisión, desde las editoriales hispanoamericanas a

la samba, desde los premios Clío y Cannes a la publicidad latina al Oscar a "La Historia Oficial", de la Salsa a HBO OLE (una señal para Latinoamérica y el mundo) ¿no hay una amplia gama de posibilidades culturales? ¿no pueden ser sólo las puntas de lanza de una gran industria cultural?

Ya que el conocimiento incluye todos los productos simbólicos de la sociedad, la creación y la exportación no sólo es de productos culturales, sino también de valores e ideas. La Sociedad de la Tercera Ola tiende a la riqueza cultural; tanto por esto, como por razones del intercambio económico, la alternativa no puede ser la protección o el aislamiento cultural; la alternativa es la creación y la exportación de cultura.

## NOTAS

1. Wolfe, Tom. *La Banda de la Casa de la Bomba*, Edit. Anagrama, Barcelona 1983, 2da. Edic.
2. Toffler, Alvin. *El Cambio del Poder*, Plaza y Janés Editores, S.A. Barcelona 1991, 3ra. Edic. p. 42.
3. Ibid. P. 474 Cfr. Igualmente, la entrevista aparecida en "Hombre de Mundo", Dic. 1992.
4. Toffler, *El Cambio del Poder*, p. 421.
5. Cfr. "Domingo Hoy", 15/11/92 Caracas.
6. Cit. por Dwight Macdonald en "Masscult y Midcult", recopilado en *Industria Cultural y Sociedad de Masas*, Monte Avila Editores, Caracas 1992, 3ra. edic. p. 88 En general, aparecen varios interesantes ensayos, desde distintos puntos de vista, del asunto aquí tratado.
7. McLuhan Marshall, *La Comprensión de los Medios* Edit. Diana, México 1987, 10ma. reimpresión de la 1ra. Edic.
8. Cfr. Antonio Pasquali en "Domingo Hoy" 1992.

## RESUMEN

En teoría, la Cultura y la Comunicación Social parecen ser sinónimos en nuestros tiempos. Dependiendo del concepto de cultura, el periodismo informativo puede ser un producto cultural, o no. La élite de la sociedad dominante, para continuar su dominio social, determinó que el concepto de cultura debía definirse en la dirección académica, es decir, bellas artes, literatura, etc., reduciendo el periodismo cultural a la "farándula". Una vez que los Medios llegaron a constituirse en grandes empresas, la información cultural y la Cultura responden a intereses comerciales, sobre todo, a partir de los años 70. En tiempos de democracia, la burguesía ascendente rechaza los cuestionamientos sociales que ella misma había impulsado en el pasado. El periodismo cultural no interpreta, no cuestiona, sólo informa escuetamente. Sin embargo, se intenta hacer cultura en las revistas que publican los grandes diarios semanalmente. Una vez más se publica lo que se refiere a la cultura académica de la sociedad dominante y se olvida lo popular.

*In theory, the Culture and Social Communications seem to be synonymous in our times. Depending on the concept of culture, the informative journalism may be a cultural product, or not. The elite of the overbearing society, in order to continue its social domination, discerned that the concept of culture should go on the way of the academic, it means, fine arts, literature, etc, reducing the cultural journalism to show reports. Once the Media became big enterprises, the cultural, information and the culture itself, yield the commercial interests, specially from the 70's.*

*In democracy times, the power bourgeoisie resisted to discuss social questions, in a cultural basis, questions hat the same bourgeoisie forced in the past. The cultural journalism does not interpret now, in does nor make questions, it only informs briefly. However, journalist try to make culture in the weekly magazines of the big newspapers. Once more they publish all about the academic culture of the dominant society and forget the popular culture once more.*

# La cultura mediatizada

Olga Dragnic

Pocas veces en la teorización contemporánea dos conceptos que representan dos actividades de disímil desarrollo histórico logran establecer una relación tan estrecha como en el caso de la cultura y la comunicación social. Tal relación se inicia en la década de los años sesenta, cuando el enfoque sectorial de la segunda se revela incapaz para explicar los fenómenos a que dan lugar los procesos comunicacionales.

Dado que una de las consecuencias más visibles de la comunicación social es la modificación que se opera en la cultura de los grupos sociales sometidos a su influencia, era lógico esperar un acercamiento teórico entre ambas, aun cuando desde el punto de vista de sus orígenes y en la evolución del pensamiento filosófico sobre la cultura no se habían manifestado contactos significativos, por lo menos antes de la irrupción de los análisis realizados por los filósofos de la Escuela de Frankfurt y la consecuente popularización de la Teoría Crítica de la Sociedad.

Actualmente, para muchos teóricos, cultura y comunicación social pasan a ser prácticamente sinónimos, cuando la comunicación es comprendida en su más amplio término como el intercambio igualitario-horizontal-de significados. La UNESCO, a partir de la Primera Conferencia Intergubernamental de Políticas Culturales, realizada en Venecia en 1970, ha impulsado este enfoque, al recomendar "un tratamiento cultural de las comunicaciones y, posteriormente, en 1978 se califica esta simbiosis como "esen-

cial". Entre nosotros esas recomendaciones del organismo internacional tuvieron buena difusión sobre todo a través de las obras de Antonio Pasquali y de los trabajos realizados por los investigadores del ININCO, de la UCV. En su libro "Comprender la Comunicación", Pasquali señala que el investigador en comunicación social tiene ahora ante sí una segunda macro-estructura de problemas, casi todos sin explorar y necesitados de importantes decisiones; no sólo específico para el restablecimiento de un mínimo de justicia social y de equilibrio comunicacional, sino también el de la soldadura entre la Cultura y la Comunicación.

Aun cuando pueda aparecer como válida esa identificación en el plano conceptual, en el sentido de que ningún contenido cultural, ninguna producción simbólica, tendrá sentido y existencia fuera de las relaciones de intercambio social, de la difusión y asimilación colectivas, la identificación absoluta de los dos procesos induce, cuando menos, a no pocas confusiones, debido a los diferentes planos y conceptualizaciones en que se han realizado y pensado hasta ahora ambos fenómenos, la comunicación social y la cultura.

Esta incongruencia entre los postulados teóricos y la práctica social es sobre todo notoria cuando se aspira a analizar los contenidos y los efectos que, en el área de la cultura, se dan en los medios de comunicación social, donde, por definición, están negadas aquellas condiciones de horizontalidad entre el emisor y el receptor que exige una relación comunicacional propiamente tal.

Por otra parte, habría que diferenciar los contenidos transmitidos por los medios de comunicación social que, en sí mismos, constituyen mensajes de tipo cultural por cuanto responden a determinadas normas estéticas y son por lo tanto obras creativas, y el sector de la información periodística que, si bien en última instancia influirá en la formación cultural de sus receptores, en su génesis y en sus objetivos no constituyen formas autónomas ni creativas.

El periodismo cultural se nutre de lo que ocurre en la esfera de las artes, de la literatura, de la creación artística, académica y popular, y su misión es dar a conocer, a nivel masivo, esos acontecimientos. En un plano de mayor complejidad, también debe aportar análisis e interpretación, proporcionar trabajos que inciten a la reflexión y mantener al receptor informado no sólo de los acontecimientos cotidianos sobre la cultura sino también en relación con las corrientes del pensamiento contemporáneo.

Dentro de la limitada concepción de lo que es la cultura, siguiendo la definición que predomina en nuestros medios de comunicación, el trabajo periodístico nunca es percibido como un hecho cultural y los periodistas saben que su trabajo es simplemente una difusión informativa de los sucesos que tienen lugar en la esfera de lo cultural. Cuando se interrogan sobre los efectos de su labor — si es que alguna vez llegan a plantearse tal pregunta en medio de su incesante trajín diario — la conceptúan como un trabajo útil y necesario para que el público pueda acceder a esos acontecimientos. Está de más decir que nos referimos en primer lugar al trabajo reporteril, de información diaria y aun semanal y no a los contenidos de las publicaciones con carácter más permanente, donde tienen cabida los trabajos de elaboración intelectual más profundos.

Si asumimos el concepto de cultura con una visión más amplia de aquella que existe en los medios masivos y coincidimos en la existencia de otros dos campos culturales, además del académico, entonces la

labor periodística en general y el periodismo cultural en especial, formarían parte del campo de la cultura de masas compartiendo ese puesto con todos los contenidos de medios.

Por eso, un enfoque más realista respecto a las características de la información cultural nos llevaría a realizar un análisis de sus contenidos y de sus resultados sociales en relación con el proceso total de la cultura de masas en sus nexos con la cultura de élite y las culturas populares. Entonces, sin duda, hallaremos en esta especialidad periodística todos los componentes que Walter Benjamín halló en otros contenidos que se transmiten por los medios de comunicación social: simplificación, homogeneización y una baja calidad en el sentido general.

## LA ATOMIZACION DE LA CULTURA

En virtud de la concepción elitista de la cultura, los medios impresos primero, y radioeléctricos después, decidieron que la parcela dedicada a la información cultural debía estar ocupada exclusivamente con las referencias relacionadas con las bellas artes y la literatura, provenientes del área de la cultura académica. Esta postura se mantiene invariable hasta nuestros días, a pesar de las variaciones conceptuales provocadas por los descubrimientos de la antropología y la sociología de la cultura, y de toda la literatura y la teoría que han sido elaboradas en los últimos decenios para demostrar y combatir las limitaciones y las injusticias de esa concepción de la cultura.

Incluso podría afirmarse que esa percepción de lo cultural que excluye todas las manifestaciones del espíritu humano no perteneciente a la cultura académica se ha ido reforzando en los últimos años, con evidente sentido clasista, afianzada, además, en las políticas y prácticas



culturales provenientes del sector oficial y del privado. En este sentido, los medios masivos vienen a reflejar y reforzar una clara tendencia elitista que preside las acciones de los sectores dominantes de la sociedad.

Por esta razón, se separó de la información cultural todo aquello que no pertenece a la cultura académica. Tal es el caso de la información sobre la cultura de masas que, desde un principio, fue relegada a un espacio aparte, a menudo vista como de tercera categoría, pero que poco a poco fue adquiriendo importancia, acorde con la influencia que esos acontecimientos iban tomando en la vida diaria de los receptores. En algunos diarios nacionales, esa "información de farándula" está ganando cada vez mayor espacio, aunque ha habido poca variación en cuanto a la

calidad de esos trabajos, signados casi siempre con cierta tendencia sensacionalista y superficial.

Toda la actividad que se desarrolla en lo que se comprende como la cultura masiva y la industria cultural es hoy de enorme interés para el público. La inclusión de una información diaria sobre estos acontecimientos es tan indispensable para el lector como las noticias sobre la política o la economía. Al instalarse la televisión y los espectáculos masivos en la vida de los hombres como referencias imprescindibles en su desenvolvimiento cotidiano, ningún medio de comunicación puede ignorarlos a riesgo de perder su clientela.

La división operada en las informaciones sobre la cultura académica y la masiva crea a menudo problemas de definición y de delimitación de las áreas periodísticas. Por ejemplo, si un concierto de música clásica es transmitido por un canal de televisión ¿dónde debe ofrecerse esta información?. Las soluciones que se están adoptando son un tanto arbitrarias. Por lo general, todo aquello que tenga relación con los medios de comunicación social es atribuido a la información de farándula sin importar su contenido o el campo cultural al cual pertenece. Esta demarcación no siempre se respeta y en ocasiones la información cultural se ocupa de estos acontecimientos sobre todo cuando la relación con las instituciones de la alta cultura es muy fuerte. A menudo se repite la noticia en ambas secciones. Algo muy diferente ocurre con el tercer campo cultural, el de las culturas populares. Por la concepción misma de lo que es cultura, los medios masivos no consideran como propio incluir en esas páginas informaciones sobre las culturas populares. La excepción son aquellos sucesos o representaciones que por alguna razón se vinculan con alguna institución perteneciente a la esfera de la alta cultura. Entonces la noticia sobre este campo aparecerá justificada más por ese nexo con la cultura de élite que por su propia significación. Pero la norma es no tomar en cuenta prácticamente ningún acontecimien-



to que provenga de lo popular. Pero esos hechos tampoco constituyen referencias propias de la cultura masiva. Por eso también son ignorados por la "farándula" y solo en ocasiones, cuando los espectáculos populares alcanzan los medios masivos, obtienen alguna cobertura.

Sucede así que todo un campo cultural no aparece ni en la información diaria, ni semanal, de los medios, con la regularidad que habría de suponer en un periodismo que se denomina cultural. Esta situación de los medios sólo puede ser comprendida como reflejo de lo que ocurre en la sociedad en relación con los tres campos culturales.

Históricamente, primero surge y se desarrolla la información sobre las artes y la literatura. Es el área que la burguesía ha cuidado de impulsar como heredera de la tradición eurocentrista de la cultura. Más tarde advino el poderío de lo masivo y de la industria cultural y requirió su correspondiente espacio informativo. El predominio de la cultura de élite legítima el carácter de clase dominante, no sólo en cuanto poseedora de los medios de producción y el consecuente disfrute del poder político, sino como el estrato más ilustrado de la población. Lo popular, al no tener preeminencia alguna en el conjunto de la sociedad, tampoco tiene eco en la información cultural.

De tal suerte que realmente sólo podemos hablar de dos tipos de información sobre la cultura: lo académico y lo masivo. Sin embargo, en la definición de lo que es el periodismo cultural solo se admite lo primero, reducido casi siempre al área de las bellas artes y la literatura, tal como fue ese periodismo en sus inicios y lo sigue siendo, a pesar de todos los avances que varias ciencias sociales han hecho en cuanto a la concepción de la cultura. En realidad, el periodismo cultural es un reduccionismo bastante agudo y tal como se practica debería denominarse de otra forma, por lo menos en el caso de los diarios y los medios radioeléctricos.

## LA CULTURA EN LA INFORMACION DIARIA

En el periodismo cultural, como en cualquier otra especialización informativa, los mensajes se producen de forma vertical y con innumerables pasos de control y de filtros, sobre todo en los grandes medios impresos y en las televisoras, donde se establecen parámetros más o menos precisos sobre lo que puede publicarse y la forma de elaborarlo.

Estos controles pueden ser más laxos cuando la posición editorial o los intereses empresariales no tienen mayor vinculación con el área de la cultura. Sin embargo, en todos los casos se fija una política editorial frente a esa corriente informativa, aun en el caso de las publicaciones literarias y artísticas independientes, sobre todo en cuando a la definición de los fines que se persiguen, determinados por la convergencia de los puntos de vista de sus promotores.

En esa expresa o tácita declaración de principios están siempre presentes ciertas metas de trascendencia nacional en el contexto de los procesos culturales. Todo periodista bien intencionado suscribiría con entusiasmo tales declaraciones principistas. Su amplitud y sus propósitos de calidad hacen atractivo para cualquier periodista esa posibilidad de realizar un trabajo profesional dignificante.

Pero el siguiente paso, aquel en el cual se concretizan las proposiciones principistas, constituye la prueba de la verdad para las buenas intenciones de cualquier promotor de las publicaciones culturales.

La materialización de la política editorial se verifica a través de la pauta informativa, primero, y las decisiones que se toman más tarde en cuanto al contenido que se dará a conocer en cada edición. Las últimas tendencias en la investigación de los medios masivos se orientan al estudio del proceso que media entre la confección de la pauta informativa y la configuración definitiva del contenido que llega al receptor. Este proceso es llamado "agenda" y su análisis puede revelar los filtros que operan durante la producción del contenido periodístico.

En la información cultural el condicionamiento, no sólo es interno en virtud de la política editorial del medio. Intereses variados confluyen para determinar las informaciones y su orientación. El sector de mayor impacto en este proceso lo constituyen las mismas fuentes informativas, tanto oficiales como privadas. En los últimos años, debido a la creciente presencia de la pauta publicitaria en los espacios de información cultural, también se siente la influencia de la publicidad.

Esta es una relación relativamente nueva en esta especialidad. La definición de la actividad periodística en el marco de la libre empresa determinó su carácter mercantil y éste, a su vez, la desaparición de aquellos contenidos que no proporcionaban utilidades. Para nuestros periódicos, una vez transformados en modernas empresas, la cultura no significó ni un incentivo para aumentar el número de lectores, ni fuente de nuevos ingresos por concepto de publicidad. Sin embargo, en todo lo que va del presente siglo hasta los años setenta, se puede registrar una constante, aunque no extensa información sobre las artes y la literatura, publicada evidentemente con fines altruistas y en cumplimiento de la cobertura de la actualidad, sin que se produjera una contrapartida a través



del aumento de los lectores, ni la reacción de avisos en esta área. El Estado, a su vez, no constituía un ente de la importancia que actualmente tiene, ni como fuente informativa ni como anunciante. Pero aun concebida como ofrenda cultural, la información sobre las artes y la literatura debía ceñirse a las normas del periodismo objetivo que ya para entonces dominaba en las técnicas periodísticas. Se pasó así al registro de los acontecimientos culturales, bajo los esquemas de la doctrina de la objetividad, reduciendo de paso su temática sólo a los hechos, sin posibilidad de una profundización de los fenómenos a la luz de la evolución de la cultura en su totalidad.

A partir de los años setenta, se produce un cambio cualitativo, tanto en lo que respecta a la actividad cultural del país, como al trabajo periodístico. Dos fenómenos que surgen casi al mismo tiempo determinarán modificaciones en la información cultural. Por un lado, cierto desarrollo de la industria cultural y la masificación de algunos eventos artísticos. Por el otro, la creciente importancia de la acción oficial en el campo de la cultura académica. Ambos procesos generan cierta mercantilización de los acontecimientos artísticos pasan a constituir fuentes de ingresos para sus promotores en el sector de la acción privada y aspecto de primera importancia para

los fines ideológicos de los sucesivos gobiernos de la era democrática.

La información cultural se transforma en uno de los vehículos más importantes para la promoción, en el sentido más lato de la expresión: una buena y profusa información sobre un libro, por ejemplo, significa asegurar las ventas; una entrevista elogiosa a un pintor implica realizar el valor de sus cuadros.

El Estado, a través de sus organismos culturales, necesita difundir la labor que realiza, justificar ante la opinión pública la inversión, ahora millonaria, de los presupuestos culturales, crearse una imagen de promotor cultural.

Las galerías privadas, las editoriales, los empresarios teatrales, los promotores musicales comienzan a valorar la información como el más eficaz y el más barato de los medios para lograr sus fines. En los tiempos recientes, las fundaciones privadas, cuyo objetivo es la acción cultural, se sumaron a los dos sectores anteriores y en conjunto representan tanto una fuente importante de ingreso por concepto de publicidad, como nuevo origen de presiones en la confección de la agenda periodística.

En este proceso de cambios, también el periodista del área cultural sufrió modificaciones en su trabajo y en su relación con el hecho artístico en sí. Hasta los años sesenta, aún con todas las limitaciones que imponía el entorno cultural y político del país, en las páginas de los diarios y sobre todo de los semanarios y quincenarios, tenían cabida trabajos de análisis y de reflexión, de crítica y de interpretación periodística. En las ediciones de las décadas anteriores de los diarios *La Esfera*, *El Universal*, *El Heraldo*, *Ahora*, se publicaban informaciones de largo aliento, realizadas por periodistas que aún conservaban aquella característica común en muchos profesionales del siglo pasado: eran, además de periodistas, creadores, novelistas, cuentistas, poetas, pintores o dramaturgos. Se sentían poseedores de determinados conocimientos, con una formación humanística bastante completa. Eran capaces de analizar

el hecho cultural desde su personal punto de vista, y procedían con independencia de criterio, deseosos de proporcionar al lector algo más que el simple registro de los acontecimientos.

Muchos son los nombres que pertenecen a esa pélyade de periodistas-escritores, desde Andrés Mariño Palacios, Ramón Díaz Sánchez, Antonio Arráiz, Guillermo Meneses, y más recientemente, Miguel Otero Silva, José Ratto Chiarlo, Héctor Mujica, Manuel Trujillo, para nombrar sólo a algunos.

En ese periodismo cultural estaba presente la información, pero también la reflexión, el aporte del periodista que orientaba al lector y lo hacía cómplice de su propio pensamiento. La línea editorial del medio pocas veces se interponía en su trabajo, no había intereses publicitarios que cuidar y las presiones políticas sólo se manifestaban en tiempos de dictadura. La burguesía, cuasi incipiente, no consideraba aún al sector cultural como el área de sus intereses fundamentales. De allí cierta libertad de proceder, cierta independencia de la línea editorial y total ausencia de las presiones publicitarias. Era una época de limitaciones en cuanto a la actualidad de los hechos culturales que eran pocos y mucho menos cosmopolitas que ahora. Pero los periodistas realizaban su trabajo a conciencia y sin presiones.

Los cambios advienen con el régimen democrático. Las modalidades periodísticas no surgen ni desaparecen por generación espontánea. Son producidos —y a menudo constituyen su parte más visible— por los cambios sociales más profundos. La expresión “la cultura siempre es subversiva”, tomada en su sentido lato, parece un exabrupto. Sin embargo, el solo hecho de que la cultura es explicada, en su acepción más amplia, como las formas reflexivas que asume un grupo social sobre su existencia y su futuro, siempre contiene una dosis de inconformismo que en determinadas circunstancias puede llevar a análisis y acciones más importantes. La evolución que en tal sentido tuvo la concepción



lización de la cultura a partir del Iluminismo puede caracterizarse, siguiendo a Adorno, como una huida de la imprenta revolucionaria que tuvo en los inicios de la revolución burguesa. Marcuse habla de la transformación de los postulados iniciales de la burguesía en una cultura afirmativa, dando a entender que a partir de la consolidación de la clase ascendente en el poder, la cultura subversiva de sus comienzos pasa a buscar las vías para detener el proceso de cuestionamientos que ella misma había impulsado con sus proclamas de igualdad y de libertad, y la difusión de la cultura como la forma más importante para alcanzar sus objetivos de justicia social. La afirmación de una cultura estática y discriminatoria ayudó considerablemente a la reafirmación de la misión histórica de la burguesía en su aspecto más inmediateista: reafirmar su dominio del poder.

Estos planteamientos de los filósofos de la Escuela de Frankfurt a menudo fueron obviados por sus difusores actuales para realizar su apocalíptico análisis de la sociedad masificada y sometida a los nefastos influjos de la cultura de masas. Se pretende, además, combatir esas afirmaciones a través de innumerables ejemplos a escala mundial de rupturas e innovaciones en el plano de la creación artística y la extensión cada vez mayor de una acción de

“culturización” de las masas, lo que vendría a demostrar la amplitud de posturas que ha asumido la clase burguesa en relación con el desarrollo de las culturas nacionales.

Es cierto que las vanguardias, las insurgencias generacionales, la permanente búsqueda de novedades formales o substantivas son una constante en la historia de la cultura académica del último siglo. Pero también es cierto que ninguna de esas innovaciones ha podido hasta ahora modificar la orientación afirmativa de la misma. Es más, ese tipo de políticas culturales han logrado aniquilar o absorber todas las corrientes, tendencias y en muchos casos también las individualidades que intentan poner en tela de juicio la validez de sus premisas fundamentales. En la reciente historia de Venezuela, la que va de los años sesenta a esta parte, hay numerosos casos que evidencian esta capacidad de anulación o de modificación del pensamiento y de creación cuando se enfrentan a la cultura dominante y sus preceptos más importantes.

Entre nosotros, este proceso tuvo su inicio en acontecimientos políticos de los años sesenta, pero con los años ha ido perdiendo esa connotación para situarse netamente en los planos artístico-culturales. Como en otras partes del mundo, también aquí se estimulan todas las innovaciones formales, mientras se desconfia y rechaza todo aquello que no sigue la ruta indicada por ese sentido afirmativo de la cultura.

La información cultural es utilizada profusamente para lograr esos fines, además de otros poderosos mecanismos de coacción. Sería difícil hallar en la prensa nacional de los últimos años ataques frontales a alguna corriente o tendencia artística o literaria o cuestionamientos de fondo a las políticas culturales oficiales y privadas. Sólo se prodigan esos cuestionamientos cuando el objetivo político preside al cultural, como es el caso de la cultura cubana actual.

Los mecanismos de presión son más sutiles. Estos van desde el halago hasta el silenciamiento completo, desde el ofrecimiento de promoción



más prometedor hasta la conquista mediante prebendas burocráticas. Una vez aceptado el ofrecimiento, las formas expresivas pueden mantenerse, no así su orientación cuestionadora. Hay argumentos poderosos para inducir al creador a aceptar estas modificaciones: las nuevas tendencias en el mercado internacional y nacional, la superación de viejos esquemas y vieja temática, la imperiosa necesidad de innovar. Sólo así se puede acceder a las grandes salas de exposición, a las editoriales y a los premios.

Una vez consolidada la democracia representativa como forma de gobierno, eliminada la amenaza de una insurgencia revolucionaria, la clase dominante comienza a ver en la acción cultural una importante vía para su consolidación definitiva en el poder. Desde entonces, la cultura como un todo y las actividades artísticas en particular, serán objeto de interés preferencial por parte de los gobiernos y a esta decisión se sumará con entusiasmo, sobre todo a partir de los años ochenta, la empresa privada, con generosos aportes financieros, a través de fundaciones, con el patrocinio de los espectáculos y acciones de tipo cultural que incluso trascienden los límites de la cultura académica.

Este es un cambio social y cultural en pleno proceso en el país. Distráida como está la izquierda con sus problemas de supervivencia, conquistados muchos de sus teóricos y creadores por los mecanismos antes descritos, los procesos de esta conquista ideológica en el plano cultural no tienen respuesta teórica ni resistencia de carácter político.

Los medios de comunicación social se vieron ante una novedad que les exigía una toma de posición, además de producir modificaciones en los sistemas informativos. Se vieron, además, favorecidos por la aparición de los anuncios publicitarios del sector oficial y privado lo que, desde el punto de vista de los mecanismos internos de funcionamiento de los medios, implicó un importante cambio. La pauta publicitaria, además de significar nuevos ingresos,

ocupó los espacios dedicados a la información cultural. Para la cobertura del cada vez mayor número de hechos artísticos y literarios era preciso aumentar un tanto el número de periodistas en esta sección. Pero el espacio redaccional se vio reducido, lo que implicó la acentuación en el uso de las fórmulas "objetivas" en el tratamiento de las informaciones culturales diarias. La cobertura oportuna y total, sobre todo en su fase anunciativa, debía cumplirse con mayor rigor, porque ahora, además de los artistas y las organizaciones involucradas en los hechos, había un cliente publicitario que podría reclamar el descuido informativo referente al espectáculo patrocinado.

Otro fenómeno hizo su aparición en el trabajo diario de los medios de comunicación social: los boletines de prensa, elaborados por las oficinas de relaciones públicas de los organismos Públicos y de las empresas privadas involucradas en la acción cultural. Realizados por profesionales, estas informaciones redactadas con buen sentido periodístico, proporcionan a las secciones culturales de los diarios, las radios y las televisoras, un abundante material, junto con las fotografías respectivas. Pronto se transformaron en la más importante fuente de información, con el agravante de que la investigación reporteril propia de cada medio se limitó a los acontecimientos de mayor envergadura, o cuando resulta imprescindible un enfoque autónomo. Pero la mayor parte de las informaciones culturales que se ofrecen al lector provienen de esos boletines, en los cuales la orientación y el tratamiento tienen siempre un carácter promocional, como es de suponer en un trabajo con las características de relaciones públicas.

Con estos procedimientos, la información sobre las artes y la literatura renuncia a uno de sus principios fundamentales, como es el sentido de independencia y de autonomía frente a la fuente informativa. En muchas oportunidades, pasan a ser simples reproductores de noticias elaboradas por los mismos organismos que promueven determina-

do, o patrocinan, algún evento cultural.

Como muchas veces se ha dicho en los textos sobre el periodismo, estos boletines en sí mismos constituyen una considerable ayuda para el trabajo periodístico. Pero su utilización debería circunscribirse sólo a ser una fuente de información primaria para que el reportero pueda proceder con rapidez a realizar su propia investigación al respecto. En todo caso, las noticias ofrecidas en los boletines podrían ser reproducidas en las agencias informativas de los diarios, como simples anuncios del evento. Toda valorización del hecho cultural debería ser efectuada por los periodistas, independientemente de la orientación, siempre interesada que contienen esos boletines.

Esta fuente de condicionamiento de la información, si bien la más frecuente, no es la única. Los organismos públicos y los privados, los protagonistas del hecho artístico o sus representantes recurren a diferentes subterfugios para obtener una información que los favorezca. Desde el halago hasta la amenaza, pasando por la presión directa a través de los editores, amigos o poderosos de cualquier signo son utilizados en esta especialidad periodística, sin hablar de los vetos editoriales o de las preferencias que se originan en los nexos empresariales entre el medio masivo y las instituciones culturales. Por todas estas razones, actualmente no resulta fácil elaborar una sección de información cultural autónoma o libre de condicionamientos. En la misma medida en que la cultura como actividad pública y privada ha ido adquiriendo importancia, la información sobre esta área se ha visto presionada por diferentes vías. La abundancia de los eventos, hace imposible que dos o tres reporteros cumplan adecuadamente la cobertura de todos los acontecimientos y mucho menos les permite hacer una labor de cierta profundidad.

Por otra parte, el profesional que hoy ocupa los puestos de redactor de la sección cultural tiene un perfil muy diferente de los periodistas que hace treinta o cuarenta años. Casi

todos son jóvenes, egresados de las escuelas de comunicación social, donde han recibido una formación periodística más o menos completa. Sus destrezas profesionales son evidentes en la fase reporteril y en la redacción de sus trabajos. Carecen, por el contrario, de una formación específica en el área de las bellas artes, en la literatura o cualquier otra manifestación de la cultura académica. En este sentido, podría decirse que son autodidactas, pues los más conscientes de esas deficiencias, han ido superando sus limitaciones a fuerza de aprendizaje.

Pero en la mayoría de los casos, la falta de una formación sólida impide que los periodistas puedan asumir todo el proceso con plena independencia, con criterio propio, que puedan percibir y juzgar los acontecimientos culturales libres de la manipulación que se origina en las fuentes informativas.

Los acontecimientos culturales, como todos los fenómenos y procesos de cierta complejidad, requieren de un tratamiento superior al simple registro de los hechos. El lector precisa de orientación no sólo valorativa, sino también de un enfoque que sitúe cada hecho cultural en el contexto del cual forma parte. En la información diaria de los periódicos, de las televisoras y las radios es necesario informar oportunamente sobre la programación del área. Es la información contingente que cumple una misión importante. Pero el periodismo cultural no debía terminar allí, pues se corre el riesgo de presentar los hechos culturales como simples espectáculos.

Para poder acceder a un nivel superior de tratamiento, a través de análisis, interpretación e incluso crítica, el periodista necesita de una formación idónea en cada área de esta especialidad informativa. Actualmente hay preocupación tanto entre los periodistas como en las escuelas de comunicación social para enfrentar este problema de especialización en el periodismo cultural a través de cursos de postgrado y seminarios que proporcionen la formación y los conocimientos necesari-

os a los periodistas que escogen al periodismo cultural como su campo de trabajo profesional.

## EL PERIODISMO CULTURAL NO DIARIO

Además de la información diaria, donde predomina una percepción de la cultura restringida a las bellas artes y la literatura, existen publicaciones de mayor periodicidad, semanarios, suplementos y revistas que también se ocupan de esta actividad. En algunos casos se trata de publicaciones de interés general o especializadas en otras áreas informativas, que tienen secciones dedicadas a la cobertura de la actualidad cultural. En estos últimos casos, el tratamiento corre parejo al del diarismo, en el sentido de que poseen la misma concepción de lo que es la cultura y las modalidades periodísticas no difieren mucho.

Paralelamente a estas prácticas del oficio periodístico coexisten publicaciones de una factura diferente, con una visión más amplia de los contenidos culturales, al mismo tiempo que se busca un nivel más alto en cuanto a la producción de los textos. Su relación con la actualidad es más laxa.

Esta variedad de publicaciones provoca no pocas confusiones a la hora de delimitar el campo de trabajo periodístico. La tradición, más literaria que informativa, había otorgado a estas últimas ediciones un carácter fundamentalmente difusor de las novedades literarias, un vehículo donde podrían plantearse polémicas o exponerse las nuevas teorías, todo ello dedicado a un público más o menos restringido. A menudo, eran también las únicas expresiones de disidencia frente a los valores culturales canónicos. Su influencia en los procesos de cambio, tanto en la literatura y bellas artes como en el conocimiento de las nuevas teorías sociales, filosóficas o científicas, ha sido notable en Venezuela.

En torno a esas publicaciones, por lo general, se agrupaban los representantes de una generación de creadores, identificados por el mis-

mo objetivo de innovación y de rupturas. Todo ello implicaba cierta coherencia en la orientación y en el contenido, no distorsionada por los hechos intempestivos o por variaciones circunstanciales. Sus promotores poseían la intención de enfocar globalmente los acontecimientos, desde su propia perspectiva de análisis, para lo cual, además, estaban capacitados por su formación y por la independencia de las mismas publicaciones.

En el caso venezolano, estas ediciones —revistas o semanarios— son evocados hoy como hitos en la historia literaria, social y periodística. **El Cojo Ilustrado**, **La Alborada**, **Viernes**, **Elite** en su primera etapa, **Crítica Contemporánea**, **Cruz del Sur**, y más recientemente **El Techo de la Ballena**, **Cal**, **Cambio**, **En Letra Roja** y muchas otras publicaciones reflejan el desarrollo de las artes y de la literatura, pero también de todas las demás actividades que guardan relación con la evolución cultural del país.

La ausencia de la actualidad contingente en estas revistas hace que muy pocos analistas las asocien con el trabajo periodístico propiamente tal. Sin embargo, en gran parte de ellas, sobre todo en las más recientes, la presencia de los periodistas era constante en diferentes fases de su producción, como autores y diseñadores, participantes activos en su factura.

Tampoco están completamente ausentes los géneros y las modalidades propias del periodismo. Entrevistas, reseñas, reportajes, ocupan considerable espacio en cada una de sus ediciones. En la actualidad, estas revistas, como **Imagen** y **Criticarte**, se nutren de las modalidades interpretativas de carácter periodístico. En las décadas anteriores, en el país existían publicaciones independientes que sobrevivían por el entusiasmo de sus promotores, generalmente organizados en equipos con algún tipo de identidad cultural o política. En los últimos años, debido a los cambios que se han operado en la vida artística y política nacional son cada vez más escasos los intentos por editar ese tipo de revistas.

Los últimos esfuerzos independientes en ese sentido han sucumbido a los pocos números, debido a los crecientes costos de producción y a la imposibilidad de obtener financiamiento por las vías tradicionales, pues ni la publicidad llega a sus páginas, ni se logran subsidios de entidades oficiales o privadas.

El último intento por dar vida a una revista cultural autónoma fue el de la revista **Papeles para el Diálogo** que desapareció al publicar su cuarta edición. Los costos elevados y la negativa de las agencias publicitarias en anunciar en una publicación como ésta hicieron imposible su supervivencia.



Menos azarosa es la historia de los suplementos llamados a veces literarios, a veces culturales, que acompañan a las ediciones dominicales de los grandes diarios. Tal vez por la proximidad física con los contenidos informativos del periódico, la actualidad cultural está presente con mayor frecuencia que en las revistas. Se utilizan las técnicas informativas en muchas de las secciones, aunque los objetivos centrales son ocupados por los análisis a través de los ensayos, y por la reproducción de trabajos netamente literarios. Hay notables diferencias en las formas como abordan lo cultural. Por ejemplo, el **Papel Literario** del diario El Nacional pone énfasis en las bellas artes y la literatura, coincidiendo en la percepción de lo que es la cultura con la sección diaria del mismo periódico. El **Suplemento Cultural** de Últimas Noticias, por el contrario,

amplia ese concepto a todas las formas de la vida cultural e incluye, además de los dos tópicos anteriores, los análisis de los fenómenos sociales, políticos y económicos y realiza una importante labor de difusión de la filosofía.

Los suplementos culturales de los demás diarios del país prefieren el modelo desarrollado por el **Papel Literario** y, por lo general, lo cultural se reduce a la literatura, a los ensayos y la crítica sobre las bellas artes, el teatro y el cine.

Esta sucinta revisión de lo que existe actualmente en el país en materia de periodismo cultural induce a pensar que tenemos una notable carencia de publicaciones periódicas y de los espacios en los medios radioeléctricos que satisfagan las necesidades informativas e interpretativas de los receptores de los últimos años del siglo veinte.

Se registra una abundante promoción de los hechos de la cultura académica, sobre todo en las ediciones diarias que pocas veces trasciende lo fáctico. En cambio, existe total ausencia de las culturas populares en todos los medios masivos, salvo algunas excepciones cuando estas manifestaciones son tratadas con un espíritu proclive a lo exótico o a lo simplemente masivo. Ni siquiera en las ediciones de los suplementos o de las revistas se puede hallar un tratamiento diferente.

Los procesos y los hechos de la cultura masiva no han merecido hasta ahora, por parte de los periodistas y de los intelectuales, la consideración que se merecen, acorde a su importancia social, debido a los cambios culturales que provocan. Existe una abundante literatura teórica sobre esta área, pero la actualidad, los hechos concretos, son abordados por el periodismo de farándula y de espectáculos o bien con espíritu promocional o con críticas demoleadoras sin la profundización necesaria.

Lo académico, sin bien tratado con preeminencia casi absoluta, sobre todo en el diarismo, es enfocado como algo efímero que no trasciende más allá del hecho mismo. Nuestro periodismo cultural ha renuncia-

do a ser la guía de los procesos culturales. No se producen trabajos de análisis de las políticas culturales, de las nuevas tendencias en la literatura o las bellas artes, no se interroga por el significado que a mediano y largo plazo tendrán las decisiones que ahora se toman, ni sobre su relación con las verdaderas necesidades del país.

Cuando se realizan consideraciones sobre los medios de comunicación social siempre nos orientamos a tomar como único referente al receptor anónimo que es su principal destinatario. Pero en el caso del periodismo cultural hay otro referente profundamente interesado en esta labor y es el creador cultural como individuo o como institución. No nos referimos al interés promocional sino a ese otro papel que deben cumplir los medios masivos en cuanto orientadores de los mismos productores de la cultura.

Tal labor resulta bastante desarticulada de la realidad. Si bien existen críticos y críticas en algunas manifestaciones artísticas y en la literatura, el periodismo de opinión en el área de la cultura no ha sido desarrollado ni valorado en toda su potencia. Los críticos asumen su misión con mayor o menor acierto, muchas veces se improvisa, otras se procede con un sorprendente espíritu sectario, en muchos casos surgen y desaparecen firmas y figuras sin explicaciones. En pocas ocasiones esta tarea es asumida por los periodistas, como si el ejercicio de emitir juicios de valor en el sector cultural no fuera de su incumbencia.

En esta lamentable situación influyen muchos factores, algunos ya señalados, desde la concepción "objetivista" de la labor periodística hasta las carencias formativas de los reporteros que generan en ellos cierta inseguridad a la hora de opinar, interpretar y valorar los acontecimientos culturales.

Son situaciones que pueden ser superadas a través de una actitud profesional más completa y más consciente. Solamente si el periodista asume como propias todas las fases del proceso comunicacional se puede hablar de un verdadero periodismo cultural.

# Posmodernismo, desarrollo y voces subalternas

Claudia Lima Costa  
Leopoldo A. Salazar

**RESUMEN**

El ensayo recorre el cambio epistemológico operado en torno a supuestos sobre el "desarrollo", "subdesarrollo", a partir de la lingüística de Saussure y la arqueología de Foucault. Deconstruye los discursos típicos de las Agencias de Desarrollo como formas de intervención de poder, con particular énfasis en las categorías referentes a las "mujeres en desarrollo" y advierte sobre la falta de estudios acerca de las perspectivas y percepciones de las mujeres sobre sus propios mundos vitales.

*The essay goes over the epistemologic changes operated regarding the assumptions about "development", "underdevelopment", starting from the Saussure's linguistic and the Foucault's archeology. It deconstructs the typical discourses of the Development Agencies as methods for power intervention, with a particular emphasis on the categories referring the "underdeveloped women" and advise over the lack of studies about the perspectives and perceptions of the women on their own vital worlds.*

**I NTRODUCCION:  
LA VISION  
POSMODERNA**

Indudablemente vivimos un momento histórico excitante. Los terrenos en todos los campos del conocimiento sufren las consecuencias de constantes temblores y nuevas formaciones discursivas emergen para cuestionar radicalmente a posiciones intelectuales arraigadas en el mapa cognitivo de las ciencias sociales. Contra Habermas, pensadores posmodernos tales como Lyotard (1984) argumentan que hemos llegado al punto final del proyecto modernista y sus narrativas maestras. Ha llegado la hora de deconstruir las ideas Occidentales de la Razón y del Sujeto Racional y de desarrollo tanto la tiranía del Pensamiento Representacional como de la Verdad Universal. Las formas de conocimiento ya no se pueden legitimar sobre la base de metanarrativas de libertad y verdad. Lo que caracteriza a la actual coyuntura histórica, aboga Lyotard, es precisamente sospechar de cualquier discurso totalizador o hegemónico. El logocentrismo Occidental (una nostalgia por unidad y fundación) está siendo desplazado por una celebración de la fragmentación, por una descentralización del sujeto (patriarcal) epistemológico y por una "política de la diferencia".

Ejemplo de lo anterior, en el dominio de la ciencia y la epistemología, las ciencias positivistas están

siendo desplazadas por ciencias posmodernistas (Toulmin, 1982); en el discurso económico, el capitalismo organizado le está dando paso al capitalismo desorganizado (Lash & Urry, 1987); y en antropología, los alegatos etnográficos de representación de la realidad se caen por sí solos, la etnografía posmoderna se concibe a ella misma comprometida, no en el acto de representación de una cultura sino en la invención y construcción de textos culturales (Clifford & Marcus, 1986).

La metáfora del texto es muy útil en dos aspectos. Primero, los textos necesariamente llaman nuestra atención al contexto de su creación; esto es, a las relaciones de poder, trabas institucionales, resistencias y protestas que son inscritas en ellos.

Segundo, sabiendo que los textos (económicos, políticos, culturales) son siempre mediados por un lenguaje o sistema de significados, los concebimos como prácticas discursivas (o significativas) que no representan sino que construyen sus objetos de conocimiento. Entonces, la metáfora del texto hace visible la política de producción y articulación del conocimiento y señala un importante, y característicamente posmoderno, cambio de un paradigma representacional a un paradigma narrativo en las teorías del conocimiento. En este trabajo argumentaremos que tal cambio hacia un paradigma narrativo o lingüístico en las cien-

cias sociales tiene profundas consecuencias para los campos de estudios del desarrollo. Ignorar ese cambio y los retos que nos presenta para entender nuestras propias prácticas en la investigación y la academia es contribuir a perpetuar el ciclo de dominación y opresión que ha caracterizado la relación entre los científicos sociales del Primer y Tercer Mundo y la mayoría de hombres y mujeres pobres en los países periféricos.

Este Trabajo se dividirá en dos partes. En la primera, seguiremos el "argumento de crisis" en las ciencias sociales, el cual ha desembocado en el actual "viraje lingüístico" en debates disciplinarios. Aquí estaremos interesados en analizar la significación del rompimiento con una visión representacional del lenguaje y del conocimiento en favor de un enfoque de "prácticas discursivas" para analizar lo social.

En la segunda parte de este trabajo focalizaremos nuestra atención en el campo de los estudios del desarrollo para unirnos a la argumentación de que "repensar" el desarrollo en términos de prácticas discursivas revela cómo una configuración de mecanismos políticos, económicos y disciplinarios en Occidente llegó a "constituir" al Tercer Mundo como "subdesarrollado". Argumentos similares serán usados para mostrar cómo categorías tales como "mujeres pobres en el Tercer Mundo" son construcciones del discurso sobre el desarrollo. Terminaremos este trabajo comentando algunas prácticas de investigación y trabajos conducidos en áreas del Tercer Mundo, las cuales están articulando las múltiples vías bajo las cuales hombres y mujeres subyugados han resistido sus propias construcciones montando formas particulares de subversión y contradiscursos locales.

## I. DE LA CIENCIA AL DISCURSO

### La Crítica del Positivismo

Las dos últimas décadas han presenciado el creciente escepticismo sobre las fundaciones, los métodos y

el criterio racional de las ciencias sociales. Como la tecnología ha venido a dominar todos los aspectos de las ciencias sociales, y como las políticas públicas han caído bajo el dominio de élites tecnocráticas, la creencia en el cientificismo ha sufrido serios embates. Después de la Segunda Guerra, encontrados con el horror del facismo y nazismo, críticos, desde diferentes campos académicos, denunciaron el papel que las ciencias positivistas jugaron, y juegan, en el ejercicio y legitimación de formas técnicas de control social al servicio de tipos de dominaciones ideológicas.

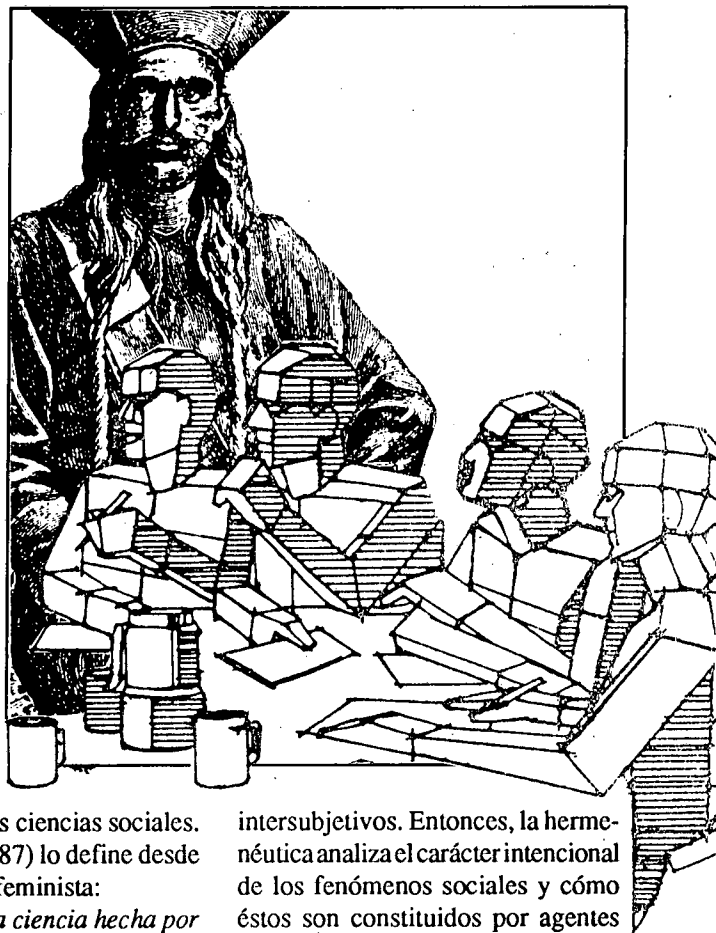
Cuestiones importantes comenzaron a ser formuladas referidas a la relación entre la teoría social, y su aspectos epistemológicos, metodológicos y políticos, y la práctica social.

Al mismo tiempo que se hacían las conexiones entre prácticas intelectuales e intereses de clase y género, comenzó el cuestionamiento serio a los alegatos de neutralidad valorativa y objetividad de las ciencias sociales. Como Greeg (1987) lo define desde una perspectiva feminista:

*La crítica a la ciencia hecha por feministas radicales encuentra que la objetividad, cuando se eleva al estatus del único criterio de la verdad, enmascara intereses en su pretensión de neutralidad, devalúa la experiencia y la percepción de la realidad de la gente, constituye una invitación a la dominación y reclama para la ciencia una autoridad que camufla al poder como verdad (p.9).*

Junto a la revuelta política y crítica social de los años 60, los nuevos

enfoques alternativos para el estudio de las formaciones sociales contemporáneas lograron vitalizarse y presentarle mayores retos al positivismo. Así, por ejemplo, en el panorama intelectual, tenemos la emergencia de la hermenéutica y su énfasis en el entendimiento interpretativo, en contraposición al control y predicción, como medio de acercarse a los fenómenos sociales. Se da atención a la interacción comunicativa; esto es, al diálogo dinámico entre teóricos y sujetos para poder comprender el sentido de un mundo común que se supone enraizado en significados



intersubjetivos. Entonces, la hermenéutica analiza el carácter intencional de los fenómenos sociales y cómo éstos son constituidos por agentes sociales.

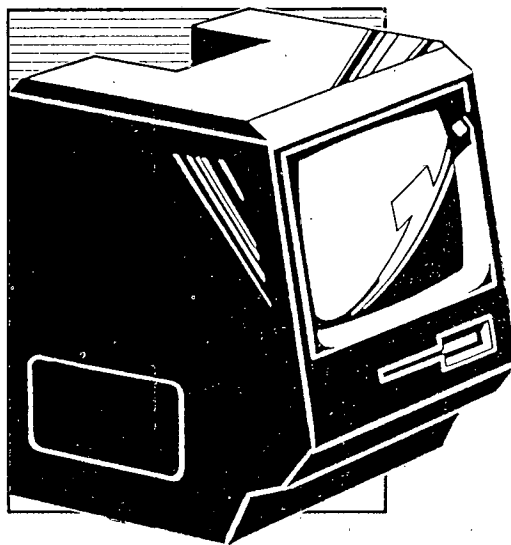
Una segunda alternativa a la teoría social positivista la representan los escritos de los asociados a la Escuela Crítica de Francfort. Estos teóricos críticos, entre ellos Habermas, son muy escépticos con respecto al potencial que encierran las teorías hermenéuticas para entender la sociedad; debido al énfasis que los hermeneuticistas ponen en el autoentendimiento (autocomprensión) de

los agentes sociales. Los críticos teóricos alegan que la hermenéutica no puede explicar las influencias ideológicas o los motivos inconscientes distorsionantes de la propia auto-comprensión en la cual ellos basan su análisis. Un paso importante que la teoría crítica toma es hacer a los sujetos de sus estudios, a través de una crítica a su propia auto-comprensión, conscientes de su propia sujeción a estructuras políticas y económicas. Sólo entonces tendría sentido hablar del objetivo de la teoría crítica: la emancipación humana.

Lo importante a notar en relación a estos nuevos enfoques es que ellos reflejan lo que vino a conocerse como “el viraje lingüístico” e la teoría social. Para evitar un recorrido por este panorama en su totalidad, por ahora nos contentaremos con señalar que la “ascensión del lenguaje” a la línea de frente académica resulta de una creciente concientización del papel político-social de las prácticas del lenguaje y de un aumento en la insatisfacción con las concepciones empiricistas del lenguaje como herramienta para la investigación de referentes empíricos. Con los análisis del lenguaje ordinario, y después los análisis lingüístico-estructurales de Saussure, se “problematizó” la relación entre lenguaje, sujetos lingüísticos y “realidad”. Con Foucault, como veremos, esa relación se politiza radicalmente.

### La Lingüística de Saussure

Una de las más importantes conclusiones de Saussure, la cual debilitó convenciones tradicionales del lenguaje, fue establecer que las relaciones entre conceptos, imágenes y palabras son puramente arbitrarias. Para Saussure, el lenguaje, como un sistema de signos autocontenido, reglamentado e interdependiente, no está enraizado en ninguna realidad fuera de sí mismo. Todo lo contrario, el significante (palabra) y el significado (concepto) —las unidades básicas de un lenguaje— están ligadas una a otra por medio de convenciones sociales. Los signos no adquieren significados a través de alguna



exigencia externa sino a través de su relación estructural con otros signos. Así, masculino adquiere significado porque se diferencia de femenino. Saussure argumenta que significado es una relación entre palabra y concepto (significado y significante), en vez de una relación entre palabra y referente. A pesar de que la constitución de los campos del significante y del significado también es arbitraria, Saussure crea conciencia de que el foco de la investigación lingüística debe estar en ese proceso de variación sistemática, de contrastes, o en esa cadena de diferencias entre signos. Tomando en consideración que los significados se pueden explicar en términos de sistemas convencionales de reglas que escapan a la conciencia del sujeto, la lingüística estructural de Saussure es considerada como un primer intento de “descentrar al sujeto”, al subordinar la conciencia del individuo a un sistema de códigos casi inconsciente, y como una primera iniciativa de enfrentar y contestar radicalmente el dogma empiricista que concebía al lenguaje como fundamento de una función representacional.

Pudiéramos añadir aquí, siguiendo a Norris (1985), que la conclusión cardinal de Saussure fue demostrar que el lenguaje está siempre en acción en nuestra noción de lo que constituye ‘lo real’... [y que] referencia solo puede ser establecida sobre la base de cierto ‘criterio de identidad’, el cual determina que es

lo que cuenta como ‘el mismo’, objeto de un contexto a otro (p. 53).

No debemos, sin embargo, mal interpretar a Saussure asumiendo que niega el mundo material de objetos concretos existentes fuera del juego de significantes. De acuerdo a Norris, Saussure está solamente argumentando que “cualquier acto local de referencia está siempre mediado por una red de relaciones y contrastes significantes que constituyen al lenguaje como un todo” (p. 62). Para ilustrar este punto, Furman (1985) observa que el sexo, como un hecho anatómico se convierte en un significativo social (sexualidad) al entrar en el lenguaje. A su vez, la sexualidad al transformarse en un hecho discursivo, “ficcionaliza su relación con el sexo y crea roles sexuales” (p. 73).

La significación política de Saussure es poderosamente expresada por Foucault:

*Sireconocemos que entre las convenciones que le dan sentido a los enunciados están aquellas que determinan quién debe formular el enunciado para que tenga un significado particular, estamos en una posición de relacionar el significado de los enunciados con la distribución de poder en la sociedad (citado en Shapiro, 1981, p. 151).*

En la siguiente sección examinaremos como Foucault, al focalizar su atención en el concepto de poder, va más allá del estructuralismo hacia una teoría materialista de prácticas discursivas.

### Foucault: Discurso y Poder

Foucault (1981, 1980a, 1980b, 1979), construyendo sobre el trabajo de la lingüística estructural, concibe el lenguaje como una red de códigos discursivos y convenciones que, en conjunto con amplias prácticas sociales, constituyen campos de conocimientos; p.e., sicología clínica, sexualidad, estudios del desarrollo; y producen posiciones de sujetos; p.e., la mujer histórica, el niño hiperactivo, mujeres pobres del tercer mundo (Henríquez et al., 1984). Para Foucault, un discurso es una estruc-



tura gobernada por reglas que delimita lo que se puede decir al permitir la formación de grupos de enunciados los cuales son identificados como falsos o verdaderos. Según él lo que considera "verdadero" no es más que el efecto de las reglas de un discurso. Este sistema regulado de enunciados es lo que Foucault llama un campo de posibilidad para el conocimiento, e.d., una forma de positividad. Estamos acostumbrados a hablar sobre cosas en el mundo (objetos que pueden o no existir) empleando ciertos conceptos (estrategias cognitivas), en los cuales recibimos roles para adoptarlos al hablar; como tal el discurso puede ser concebido como parte de un campo mayor de prácticas sociales y relaciones de poder que están insertadas en una red de actividades y relaciones materiales y discursivas organizadas por reglas que establecen, consolidan e implantan relaciones de poder. Inherente a cualquier discurso, consecuentemente, está la cuestión del poder.

Para Foucault, la manera como respondemos al mundo, o pensamos acerca de él es organizada por un marco de referencia de reglas, p.e. formas de conocimiento que, a su vez, están conectadas con ciertos tipos de relaciones de fuerza. De aquí, cualquier contexto de conocimiento es un contexto donde el poder también está presente de alguna forma histórica específica. En Occidente, en este momento, el poder está inevitablemente relacionado con la institucionalización y funcionamiento de discursos científicos organizados. El moderno despliegue de poder, p.e., la planificación familiar, la demografía, la pedagogía, la educación nutricional, medicina, etc., ha creado (1) un cerco de inteligibilidad que fija a la gente en determinadas posiciones de sujeto (tales como paciente-doctor, profesionales-campesinos pobres del tercer mundo) "desde las cuales activamente interpretan el mundo y por las cuales ellos mismos son gobernados" (Weedon, 1987); y (2) ha constituido un campo donde el conocimiento puede ser obtenido (por ejemplo, Taylorismo, Estudios del Desa-

rrollo). Lo que tenemos en la época moderna, argumenta Foucault, no es conocimiento y poder, sino poder/conocimiento. En el prefacio de su *Disciplina y Castigo* Foucault nos pide que abandonemos la ilusión académica de pensar que el conocimiento está más allá del poder, que el conocimiento es apolítico. El conocimiento no es trascendente; el poder produce conocimiento. Poder y conocimiento están mutuamente intrincados. Foucault señala que la teoría siempre está ligada a una práctica de poder, y el poder está siempre acompañado por un cuerpo de conocimiento que valida su ejercicio.

La importancia de la reformulación de Foucault radica en que al poder no lo conceptualiza solamente en términos negativos (e.d., como represión). En realidad, rechaza el modelo represivo del poder (e.d., poder como ley y prohibición) por considerarlo totalmente inadecuado para entender los mecanismos y efectos de relaciones de poder que permean, caracterizan y constituyen el cuerpo social de la Civilización Occidental moderna. Lo que tenemos hoy, insiste Foucault, no son relaciones de soberanía (consistente en la creación de leyes y en el castigo de aquellos que las violan), sino relaciones de múltiples formas de sujeción o subyugación/dominación construidas por nuevas tecnologías de poder (p.e., cuerpos de conocimiento científico junto a prácticas institucionales, en muchas dimensiones que son más positivas que negativas/represivas).

Finalmente debemos señalar que el rompimiento de Foucault con una visión representacional del lenguaje, a favor de enfatizar el carácter constitutivo e histórico específico de prácticas significativas, efectúa una vez más el desplazamiento del sujeto humanístico (masculino) trascendente del centro del pensamiento Occidental. A diferencia de la lingüística de Saussure, sin embargo, Foucault evita regresar a una suerte de estructura transtemporal invariable. Así, como Dreyfus y Rabinow (1982) observan, su trabajo sobrepasa un análisis estructural al resistir plantear una teoría discursiva universal; va más allá de la hermenéutica al criticar las nociones de sentido o significado profundo (mostrando que son construcciones culturales) y de un sujeto intencional (sujeto agente); y supera a la teoría crítica al cuestionar radicalmente la imagen de un sujeto discursivo racional, unitario y casi trascendente. Su interés en prácticas discursivas lo lleva a focalizarse en las formas múltiples y contradictorias bajo las cuales los sujetos son posicionados en los discursos.

De acuerdo a Henríquez et al (1984), la conceptualización de Foucault sobre el conocimiento como una práctica discursiva inmersa en relaciones de poder también alumbró estimuladoramente a los debates epistemológicos relacionados con cuestiones tales como 'verdad y falsedad', 'racionalidad', y materias que envuelven discusiones acerca de lo apropiado del conocimiento, porque Foucault politiza el mismo acto de formular tales cuestiones en términos epistemológicos. Como lo observan esos autores:

*la estrategia de la epistemología posibilita que los alegatos dominantes, sobre las relaciones de poder reales y existentes, aparezcan como racionales y objetivos; fuerza a las posiciones contrapuestas a establecer su racionalidad e inteligibilidad de acuerdo a normas que favorecen lo que ellas quieren oponer (p.111)*

Antes de movernos hacia una discusión de la importancia de Foucault para los estudios del desarrollo, intentaremos una mayor cla-

rificación de la relación existente entre discursos y lo real (mundo material). Algunos críticos de Foucault y del llamado postestructuralismo alegan que privilegiar al discurso lleva a un "reduccionismo hacia arriba" (e.d., en última instancia, los discursos determinaron lo real). Sin embargo, como lo observan Henríquez et al. (1984), el rechazo del paradigma representacional a favor de "prácticas significantes" no cierra la puerta a lo real. Al contrario, llama la atención al hecho de que "aquellas prácticas que constituyen nuestra vida diaria son producidas y reproducidas como parte integral de la producción de signos y de sistemas significantes" (p. 99). Entonces, una focalización en el discurso lo revela como: *el resultado de una práctica de producción que es al mismo tiempo material, discursiva y compleja; siempre inscrita en relación a otras prácticas de producción de discursos. Cada discurso es parte de un complejo discursivo; está encerrado en un intrincado tejido de prácticas, teniendo en cuenta que cada práctica es tanto discursiva como material (p. 106).*

La posición de Foucault no es la de que el discurso determina lo real o las prácticas materiales institucionales, sino más bien que lo real está atrapado en procesos de coarticulación de discursos.

Hasta ahora en este trabajo hemos intentado pintar en brochazos rápidos el panorama teórico que compone la base del "viraje lingüístico" en las ciencias sociales. Hemos revisado sus pasos desde las críticas al positivismo, ido a través de la lingüística Saussuriana, para finalizar con las nociones de discursos y poder de Foucault. En la segunda parte de este trabajo viraremos hacia el campo de Estudios del Desarrollo para discutir cómo este nuevo marco discursivo de análisis abre nuevas avenidas para repensar radicalmente el desarrollo.

## II. DEL DESARROLLO AL DISCURSO

Al debilitar la ideología de verdades originales e inmutables, y la

creencia en significaciones ideales, la obra de Foucault abre un nuevo espacio crítico para reconceptualizar el "Desarrollo" como un conjunto de prácticas discursivas de efectos concretos que contribuyen a acrecentar la dominación de los llamados países del Tercer Mundo por poderes Occidentales. Seguidamente, nos gustaría explorar algunos de los recientes trabajos en la literatura del "Desarrollo" que, influenciados por nociones foucaultianas de poder/conocimiento y subjetividades construidas, están formulando nuevas visiones críticas a las pretensiones y prácticas del aparato o aparatos del Desarrollo.

### El Discurso sobre Desarrollo

Arturo Escobar (1984), al igual que el análisis de Said (1978) sobre Orientalismo, mantiene que abrazar una visión discursiva sobre el "Desarrollo" revela (1) cómo el Occidente ha construido al Tercer Mundo políticamente, sociológicamente, económicamente y culturalmente como 'subdesarrollado'; y (2) como el despliegue del 'Desarrollo', inscrito en un nexo de poder/conocimiento' llega a ser; *no una materia del conocimiento científico, un cuerpo de teorías y programas relacionados con el logro de un verdadero progreso, sino más bien una serie de tecnologías políticas dirigidas a manejar y darle forma a la realidad del Tercer Mundo (p. 384).*

Escobar identifica tres estrategias o mecanismos mayores de control a través de los cuales 'Desarrollo' es desplegado contra el Tercer Mundo. La primera táctica, **la incorporación progresiva de problemas**, está relacionada con la creación discursiva de 'anormalidades' (p. e., el subdesarrollado, el mal nutrido, el analfabeta) que tienen que ser tratadas y reformadas. Las rigurosas y detalladas observaciones de los científicos en los hogares, caseríos, haciendas, etc., del Tercer Mundo son categorizadas y compiladas en bancos de datos en las instituciones y universidades del Occidente. De esta manera se consolida el conocimien-

to que convierte a los países periféricos en objetivos de intervenciones de poder.

Concomitantemente a la creación discursiva de anormalidades, también encontramos **la profesionalización del Desarrollo**. Escobar argumenta que fue solamente después de la Segunda Guerra, con la reorganización del poder a nivel mundial, cuando se comenzó a conformar una estrategia nueva y específica para tratar con lo que se conocería como 'el mundo subdesarrollado'; esta estrategia alimentó una nueva formación discursiva conocida como Estudios del Desarrollo. De acuerdo a Apter (1987), este fue el momento cuando:

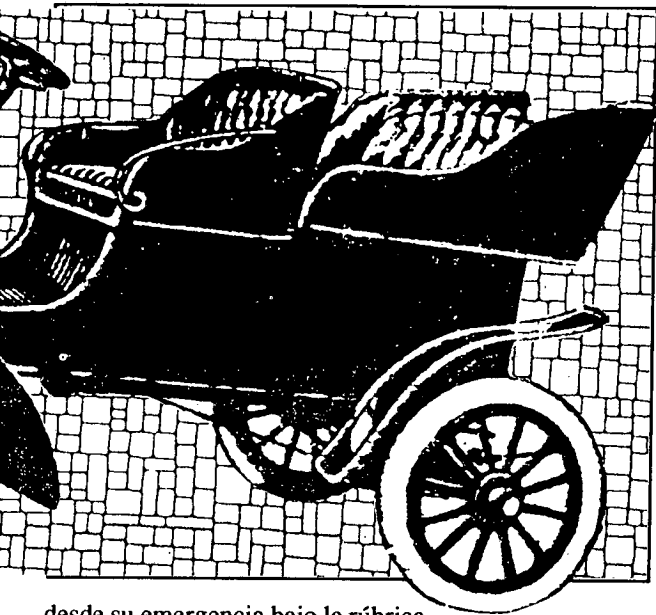


*uno tenía que conocer mucho sobre Desarrollo, concretamente como fue particularizado en términos de lugares, circunstancias y eventos. También era requerida una diversidad de expertos y especialistas de área. En los Estados Unidos, y en otras partes, fueron establecidos, virtualmente en todas las grandes universidades, programas de investigación sobre países en desarrollo. Un considerable número de expertos de área fueron entrenados. Teorías fueron derivadas de estudios comparativos. Estos últimos incorporaron dos tendencias importantes en las ciencias sociales: la 'conductista' [behaviorismo] introduciendo variables psicológicas en*



los Estudios del Desarrollo (motivación, percepción, ideología, actitudes, socialización, etc.), y el 'operacionalismo' el cual enfatizada métodos cuantitativos y empíricos (p. 13).

Siguiendo a la profesionalización y consolidación de Estudios del Desarrollo, junto a la articulación de un régimen sobre la 'verdad' acerca del Tercer Mundo, podemos también observar una despolitización del conocimiento. Esto es, los problemas políticos del Tercer Mundo fueron vistos como problemas técnicos que necesitaban intervención científica. Por ejemplo, Irene Gendzier (1985), en su deconstrucción del campo de Estudios del Desarrollo en USA,



desde su emergencia bajo la rúbrica teórica de 'modernización', argumenta que una de las características más comunes de esta disciplina ha sido la gradual despolitización de análisis políticos, lograda principalmente a través de la explotación de un vocabulario psicológico conductista. Al hacer lo político apolítico, los Estudios del Desarrollo han cumplido una función justificatoria "al proveer una máscara teórica para apoyar visiones autoritarias del cambio social y político en el Tercer Mundo" (p. 197). Al concluir su estudio, Gendzier, en lo que nos recuerda a Said (1978), argumenta que una deconstrucción de la Doctrina del Desarrollo "revela más el pensa-

miento político en USA que lo que dice de las sociedades transicionales del Tercer Mundo" (p. 197).

Finalmente, la tercera estrategia que Escobar identifica en el despliegue del Desarrollo se refiere a la **institucionalización del Desarrollo**, o sea, a la constitución de organizaciones internacionales, cuerpos de planificación nacional y agencias locales de Desarrollo con roles tanto de agentes de Desarrollo como de nuevos puestos en un campo de intervención de poder.

Resumiendo lo dicho hasta ahora, Escobar argumenta que por medio de la articulación de relaciones complejas entre conocimientos, instituciones y prácticas de cuerpos internacionales, el aparato de Desarrollo fue capaz de crear aquello de lo que él hablaba (el mundo subdesarrollado) de forma que lo hizo visible y lo sujetó a un manejo y control detallado y amplio (p.e., la experiencia del hambre demandó sucesivamente la revolución verde, la reforma agraria, planificación de la nutrición, etc.). Esto no significa que argumentamos que el hambre, la malnutrición o la opresión en el Tercer Mundo son justamente creadas por prácticas discursivas sin una correspondencia con la realidad, sino argumentamos que tales materialidades están siempre presas en telarañas de discursos y tecnologías políticas que les dan ciertas formas y las colocan en un campo de poder. 'Subdesarrollo', como una construcción discursiva, tiene el efecto de desplazar y obliterar la materialidad de la opresión y de la explotación en países del Tercer Mundo. Entendiendo cómo las condiciones materiales concretas del Tercer Mundo entran al discurso es como podemos dar nuevas luces, ideas y métodos (una nueva concientización histórica) que cuestionen radicalmente las prácticas políticas y materiales de poderes hegemónicos en el Primer Mundo.

#### **El discurso de las mujeres en desarrollo**

De la misma forma que Escobar muestra cómo los discursos sobre el

desarrollo producen al Tercer Mundo como subdesarrollado (como una falta) y lo sujeta a tecnologías de gerencia y control, Adele Mueller (1985) focaliza su trabajo sobre cómo las mujeres pobres del Tercer Mundo son construidas tanto como objetos/clientes del aparato de desarrollo y como una categoría de sujeto producto de la relación poder/conocimiento entre profesionales en el Primer Mundo y campesinos en la periferia. Para estudiar las múltiples maneras como "mujeres en desarrollo" son construidas como categorías del discurso sobre el desarrollo (e.d., como un efecto de los conceptos, datos elaborados en el campo de conocimiento del desarrollo), Mueller propone que cambiemos nuestra atención del conocimiento sobre el oprimido al conocimiento sobre el proceso de opresión. Es decir, el estudio del 'discurso sobre mujeres en desarrollo' requiere que cambiemos nuestro enfoque de categorías tales como 'cholas', 'mujeres de la fábrica', 'mujeres inmigrantes', etc., al de los aparatos que sirven para "organizar, gerenciar, administrar, regular, enumerar, controlar, y regular la vida de esas mujeres" (p.3).

En su análisis del "descubrimiento de las mujeres en Perú" (1985), Mueller arguye que las "Cholas" son cholas en parte como una consecuencia de las prácticas de trabajo profesional las cuales son, a su vez, orientadas hacia, y ordenadas por modos burocráticos de acción y poder caracterizadores del proceso de desarrollo.

*El proceso de desarrollo organiza al Desarrollo como un conjunto de prácticas controladas por instituciones del Primer Mundo. Una relación entre el Tercer y Primer mundo es establecida por medio de la cual el Tercer Mundo es definido en términos de insuficiencias, las cuales pueden ser resueltas con la pericia profesional y la tecnología del Primer Mundo. Esta es una relación de Imperialismo.*

*Imperialismo llega a ser un producto de prácticas de los profesionales del Desarrollo al seguir los procedimientos para lograr los requerimientos del proyecto (p. 14).*

Mueller argumenta que porque las exigencias del proyecto tienden a incorporar trabajo de profesionales con el propósito de mantener relaciones internacionales de poder, la infiltración de investigadoras feministas más sensibles a los asuntos de la mujer en el aparato del Desarrollo por se no quebrará ese poder. Para lograr esto último Mueller demanda un mejor entendimiento por parte de los profesionales de cómo el aparato del Desarrollo trabaja y por un nuevo tipo de conocimiento (e. d., conocimiento feminista) como un medio para adelantar discursos oposicionales que permitan la apropiación del poder por parte de las mujeres.

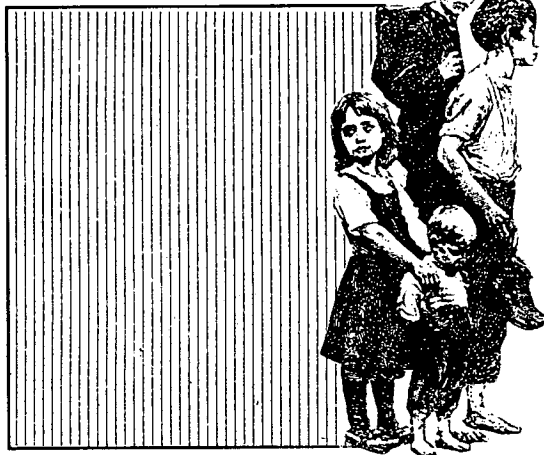
A pesar de la vaguedad de los argumentos señalados anteriormente (p.e., ¿De qué manera sería capaz un conocimiento feminista de subvertir las estructuras burocráticas que rigidecen el proyecto? ¿Cuáles formas y estrategias pudieran tomar esos discursos oposicionales? ¿Cuáles son las contradicciones que pudieran encontrar?), Mueller señala hacia un aspecto importante del poder: resistencia.

En la parte final de este trabajo nos referiremos a algunas prácticas de investigación y de trabajo que están siendo usadas por investigadores tanto en el Primer como Tercer mundos y están articulando las múltiples maneras bajo las cuales grupos subyugados, considerados hasta ahora callados, pasivos y dóciles, han estado en realidad comprometidos con la tarea de montar sus propias subversiones y contradiscursos locales y específicos.

### Voces de resistencia

Hasta ahora hemos argumentado, junto a otros autores, que un examen del discurso sobre el desarrollo revela cómo una configuración de mecanismos disciplinarios, políticos y económicos en Occidente vinieron a constituir (1) una plataforma discursiva para hacer al Tercer Mundo visible y (2) una estructura de inversión para hacer a las "sociedades subdesarrolladas" pasibles de la intervención/dominación de Occidente.

Sin embargo, la producción discursiva del "subdesarrollado" no se ha producido sin retos. Aquí es donde el concepto de resistencia entra en juego. Como lo reconoce Foucault, el poder no es sólo unidireccional sino siempre ejercido en relación a resistencias. Tampoco poder y resistencia son necesariamente fuerzas iguales, ni la resistencia siempre es exitosa (Henriques et al., 1984, p. 1150). Porque discursos y prácticas usualmente se encuentran con discursos oposicionales y contradiscursos; el terreno social nunca es fijo o cerrado, sino siempre abierto a contestaciones. Finalmente, dado el hecho de que el poder es disperso y



aparece es una multiplicidad de formas, la resistencia también será múltiple, dispersa e incluirá a ambos "oposición consciente y la resistencia automática y silenciada de aquello que está en proceso de dársele forma" (Henriquez et al., p. 115).

En contextos del Tercer y Primer mundos, importantes estrategias de resistencia y posibles contradiscursos están siendo desplegados contra el aparato de Desarrollo. Lo primero que nos gustaría discutir es la creciente concientización de los profesionales sobre su papel de instrumentos de poder dentro del dominio del "discurso" y el "conocimiento". Con una conciencia "renovada", esos profesionales están llamando por un mejor entendimiento de las conexiones entre los procesos del Estado y las estructuras burocráticas institucionales (tales como el aparato del Desarrollo) y prácticas sociales, po-

líticas y económicas generalizadas (algunos ejemplos de este trabajo se pueden encontrar en *Resource for Feminist Research*, vol. 15, Nº 1, 1986; también, Smith, 1987; Staud, 1985; Ferguson 1984). Como arguye Mueller (1985), esto, a su vez, puede permitirle a profesionales en general, y feministas en particular, tales como a las mujeres pobres en el Tercer Mundo, a apropiarse de su poder social.

En términos de las prácticas de investigación, estamos presenciando la emergencia de la **investigación de acción y participación**, la cual al combinar técnicas de educación de adultos (el método dialógico de Paulo Freire), investigación en las ciencias sociales y activismo político, intenta tanto rechazar la dicotomía sujeto/objeto como generar contra-poder popular para la transformación social (Escobar, 1984, p. 391). En el área rural, tendencias en la llamada Investigación/Desarrollo proponen una incorporación efectiva del campesino a los grupos de investigación, de tal manera que la toma de decisiones esté regulada y condicionada por las comunidades campesinas y las intervenciones respondan a problemas e intereses específicos de esas comunidades. Modalidades de esta investigación buscan contribuir con la apropiación del poder por parte de los campesinos (Salazar, 1992). Tal como escribe Huizer (1986):

*Los procesos rápidos de cambio, en los cuales comunidades y sociedades están en todas partes comprometidas, en los actuales momentos pueden ser estudiados y entendidos por la participación desde adentro y desde abajo en esos procesos de cambios. Estudiarlos desde adentro implica participación activa, lo que incluye "parcializarse" en el desarrollo de los mismos. Viéndolos desde abajo implica que la realidad se está observando críticamente, a través de los ojos de los impotentes y desposeídos quienes sufren los efectos del cambio o quienes están viendo esos efectos con sospecha y duda. La objetividad puede ser mantenida en la investigación comprometida a*

través de la autoreflexión y al intentar distanciarse de sus sedimentos culturales y personales y del contexto económico-político al cual ellos ellas estructuralmente pertenecen. La investigación desde adentro y desde abajo se autodirige simultáneamente hacia el desarrollo de teorías y a la solución de problemas sociales (p. 237), énfasis en el original).

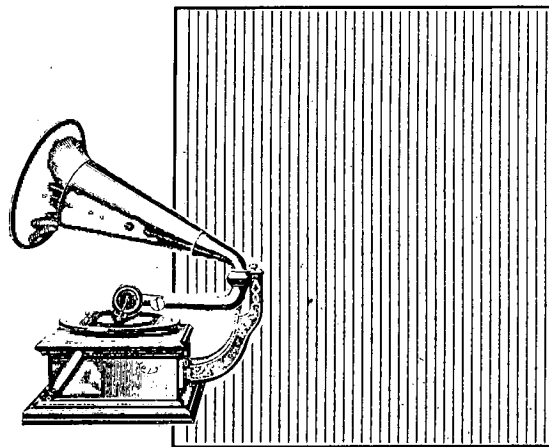
Junto a la investigación participativa, también encontramos un aumento en etnografías y análisis detallados, históricamente específicos y sofisticados los cuales, usando conceptos tales como posición de sujetos, discursos y conocimiento/poder, están tratando de descubrir las formas bajo las cuales múltiples prácticas discursivas y relaciones materiales de poder construyen subjetividades dentro de las cuales el individuo es constituido como un sujeto consciente (Weedon, 1987). Debido a que los discursos y las formas de poder inmersos en ellos son heterogéneos y frecuentemente conflictivos, esos estudios conciben a la subjetividad como un sitio de lucha y un punto de contestación a los discursos dominantes. Como lo enfatizan Henríquez et al, (1984):

*El sujeto mismo es el efecto de una producción, preso en las redes mutuamente constitutivas de las prácticas sociales, discursos y subjetividad; su realidad es el tejido de las relaciones sociales. Así [por ejemplo] la categoría 'mujer' sería ella misma abierta a un cuestionamiento en términos de las diferentes normas las cuales circunscriben los llamados 'roles de la mujer' en diferentes prácticas. El enfoque que espera posicionamientos múltiples correspondientes a una multiplicidad de subjetividades—como madre, esposas, consumidoras, trabajadoras de un tipo o de otro, etc.— debe referirse a las especificidades de las diferentes prácticas para poder describir las diferentes posiciones de sujeto y las diferentes relaciones de poder que se encarnan en ellas. No puede simplemente hablar del comportamiento o actitudes específicas de un suje-*

*to o escribir a priori la posición del sujeto de acuerdo a la clase o el género (p. 117).*

Para ilustrar lo anterior, el estudio de Ong (1987) sobre las mujeres de las fábricas en Malasia es un ejemplo apropiado de un enfoque que, buscando medir el efecto del desarrollo capitalista en la sociedad campesina de Malasia, focaliza la experiencia subjetiva de la mujer y localiza construcciones de género y de sexualidad dentro del más amplio contexto de la producción capitalista y de prácticas discursivas complejas. Como ella lo explica, su investigación:

*se refiere a luchas sobre los me-*



*dios y significados del género en el contexto de intercambio, disyunciones y conflictos generados por la desposesión de la tierra y la sujeción de los campesinos a nuevas formas de control y dominación.*

Aumentos bruscos de 'posesiones de espíritu' entre mujeres de las fábricas de Malasia (o 'histeria masiva,' de acuerdo al vocabulario médico Occidental) son interpretadas por Ong como resistencia contra la disciplina capitalista. Para el autor estas 'tácticas mónadas' constituyen tanto un idioma de protesta contra las demandas del sistema industrial moderno como un medio de lanzar ataques sobre los miembros varones de la compañía y, ocasionalmente, sobre equipos de la fábrica (p.e., en este contexto los microchips dañados se convierten en un sitio para inscribir microprotestas). Como lo expresó un preocupado gerente esta-

dounidense, después de un episodio de posesión espiritual en su fábrica, "8000 horas de producción se perdieron porque alguien vio un fantasma" (p. 204).

Evitando interpretar las prácticas en la sociedad rural de Malasia en términos de estructuras binarias rígidas tales como poderosos/desposeídos, dominación/resistencia, la cuidadosa narrativa etnográfica de Ong resalta el hecho de que la resistencia diaria no es necesariamente alimentada por ninguna lógica de lucha contra el capitalismo. Todo lo contrario, son locales, dispersas e incoherentes, con la subyugada frecuentemente en complicidad con su propia subyugación.

Finalmente, debemos insistir en que Ong encuentra poca significancia en conceptos tales como 'estatus/rol de la mujer,' 'patriarcado,' y (pudiéramos agregar) 'mujeres del Tercer Mundo', como puntos de partida para analizar las condiciones de la mujer en las sociedades del Tercer Mundo. Los investigadores deben ser críticos del hecho que el género es una construcción social, manifestada y contestada en innumerables maneras y en diferentes balances de poder y coyunturas históricas. Consecuentemente las categorías analíticas que usamos en nuestras construcciones teóricas necesitan salir de dentro de la situación y contexto que están siendo analizados.

El último conjunto de prácticas de resistencia que me gustaría ilustrar es la proliferación de autobiografía de mujeres campesinas analfabetas. Como una respuesta a circunstancias materiales, intelectuales y sociales en muchos países tercermundistas, algunas mujeres analfabetas están narrando sus historias personales de opresión como un medio de inscribir en el record histórico las trayectorias político-culturales y memorias colectivas de grupos étnicos que han sido borrados, raptados y silenciados. De acuerdo a Barbara Harlow (1987), esas historias de resistencia representan una manera de abrir un espacio discursivo que puede permitir, por primera vez, que "conocimientos subyugados"

articulen una nueva concientización histórica y monten una estrategia contra-hegemónica de intervención en el Imaginario político de las culturas dominantes.

## CONCLUSION

En un artículo sobre investigación sobre mujeres rurales, Cebotarev (1982) argumentó que ya tenemos demasiados estudios sobre el efecto de la expansión del sistema capitalista moderno en los aspectos estructurales de las vidas de las mujeres en el Tercer Mundo; esto es, en la estructura de organización y producción del grupo familiar, en la división del trabajo de acuerdo a género (p.e., en la naturaleza socialmente construida de las relaciones de género) y el cambiante estatus de las mujeres, y en las contribuciones sociales y económicas de ellas en la familia, comunidad y, por extensión, en el proceso de desarrollo. Todos estos estudios, de una manera u otra, están midiendo el efecto específico de las transformaciones estructurales sobre el género, el mostrar "cómo el proceso de desarrollo es complejo y lleno de contradicciones". Sin embargo, en este vasto cuerpo de literatura cuantitativa faltan principalmente las percepciones de las mujeres, las perspectivas desde las cuales ellas ven y experimentan sus propios mundos, sexualidades, fertilidades, labores, y las relaciones cambiantes de género en sus propias familias y comunidades. También faltantes en esta literatura, añadiríamos nosotros, son las contradictorias experiencias de resistencia y complicidad en relación con procesos de explotación y sometimiento.

## NOTA

1. Los autores están afiliados a la Universidad de Illinois —USA— y al Fondo Nacional de Investigaciones Agropecuarias —Venezuela—, respectivamente.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Apter, David E. (1987). *Rethinking Development: Modernization, Dependency and Postmodern Politics*. Beverly Hills: Sage.

Cebotarev, E.A. (1982). Research on rural women: An international perspective. *Resource for Feminist Research*, 11 (1), 28-32.

Clifford, James & Marcus, George (Eds.) (1986). *Writing Culture: The Poetics and Politics of Ethnography*. Berkeley: University of California Press.

Dreyfus, H. L., & Rabinow, P. (1982). *Michel Foucault: Beyond Structuralism and Hermeneutics*. Brighton: Harvester Press.

Escobar, Arturo (1984). Discourse and power in development: Michel Foucault and the relevance of his work to the Third World. *Alternatives*, 10, 377-400.

Ferguson, Kathy E. (1984). *The Feminist Case Against Bureaucracy*. Philadelphia: Temple University Press.

Foucault, Michel (1981). The order of discourse. In R. Young (ed.), *Untying the Text: A Poststructuralist Reader* (pp. 48-78). London: Routledge & Keagan Paul.

——— (1980a). *The History of Sexuality. Volume 1: An Introduction*. New York: Vintage/Radom House.

——— (1980b). *Power/Knowledge: Selected Interviews and Other Writings*. C. Gordon (Ed.). New York: Pantheon Books.

——— (1979). *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*. New York: Vintage/Radom House.

Furman, Nelly (1985). The politics of language: beyond the gender principle. In G. Greene & C. Kahn (Eds.), *Making a Difference: Feminist Literary Criticism* (pp. 59-79). New York: Methuen.

Gregg, Nina (1987). Reflections on the feminist critique of objectivity. *Journal of Communication Inquiry* 11, (1), 8-18.

Gendzier, Irene (1985). *Managing Political Change: Social Scientists and the Third World*. Boulder and London: Westview Press.

Harlow, Barbara (1987). *Resistance Literature*. New York: Methuen.

Henriquez, Julian, Hollway, Wendy, Urwin, Cathy, Venn, Couze, & Walkerdine, Valerie (1984). *Changing the Subject: Psychology, Social Regulation, and Subjectivity*. New York: Methuen.

Huizer, Gerrit (1986). Women in resistance and research: Potential against power? In L. Dube, E. Leacock, & S. Ardener (Eds.), *Visibility and Power*, (pp. 235-51). Delhi: Oxford University Press.

Lasch, Scott & Urry, John (1987). *The End of Organized Capitalism*. Madison: The University of Wisconsin Press.

Lyotard, Jean-François (1984). *The Postmodern Condition: A Report on Knowledge*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Mueller, Adele (1985). Peasants and professionals: The production of knowledge about women in the Third World. Paper presented to the meeting of the Association for Women in Development, April 15-17, 1987. Washington, D.C.

Norris, Christopher (1985). *The Contest of Faculties: Philosophy and Theory after Deconstruction*. New York: Methuen.

Ong, Aihwa (1987). *Spirits of Resistance and Capitalist Discipline: Factory Women in Malaysia*. New York: State University of New York Press.

Said, Edward (1978). *Orientalism*. New York: Vintage Books.

Salazar, Leonardo (1992). La acción comunicativa como complementación al enfoque de sistemas. *Revista Investigación/Desarrollo para América Latina*, 1, 68-75.

Saussure, Ferdinand (1974). *Course in General Linguistics*. London: Fontana.

Shapiro, Michael J. (1981). *Language and political Understanding: The Politics of Discursive Practices*. New Haven: Yale University Press.

Smith, Dorothy (1987). *The Everyday World as Problematic: A Feminist Sociology*. Boston: Northwestern University Press.

Staud, Kathleen (1985). *Women, Foreign Assistance and Advocacy Administration*. New York: Praeger Publishers.

Toulmin, Stephen (1982). *The Return of Cosmology: Postmodern Science and the Theology of Nature*. Berkeley: University of California Press.

Weedon, Chris (1987). *Feminist Practice & Poststructuralist Theory*. New York: Basil Blackwell.

# América Latina: un dispositivo cultural

María Eugenia Esté

RESUMEN

Diversas ópticas y enfoques afirman la heterogeneidad de la cultura Latinoamericana. Esta ha sido pensada como una conflictiva relación entre pares opuestos. Surge entonces el recurso de nuestro presente y futuro, pero esta búsqueda ha terminado siendo un vacío de la razón reificadora.

América Latina es, en todo caso, un campo de experiencias delimitado, histórica y geográficamente, donde se muestra el estallido tradición vs modernidad. Desde ahí, lo cultural es un devenir de fuerzas oblicuas, en donde confluyen multiplicidad de vectores.

*The different optics and approaches assert the heterogeneity of the Latinoamerican culture. It has been thought as a conflictive relationship between homologous opposed. Then, it comes forth the recourse of the lost identity, from which the keys of our past and future are produced, but this search ended in a vice of the reason that makes things. Latin America, at the most, is a delimited field of experiences, as well historically as geographically, where the crack of the tradition vs. modernism is showed best. From there, the Cultural is a happening of slanting forces, where a multiplicity of vectors yield.*

Desde diversas ópticas y en diferentes disciplinas es ya un lugar común la afirmación acerca de la heterogeneidad que funda la cultura latinoamericana.

densa y rica que la homogenización anhelada"; pero luego agrega: "...nuestras críticas a la heterogeneidad no eran tan infundadas. Nacen de la preocupación por una co-



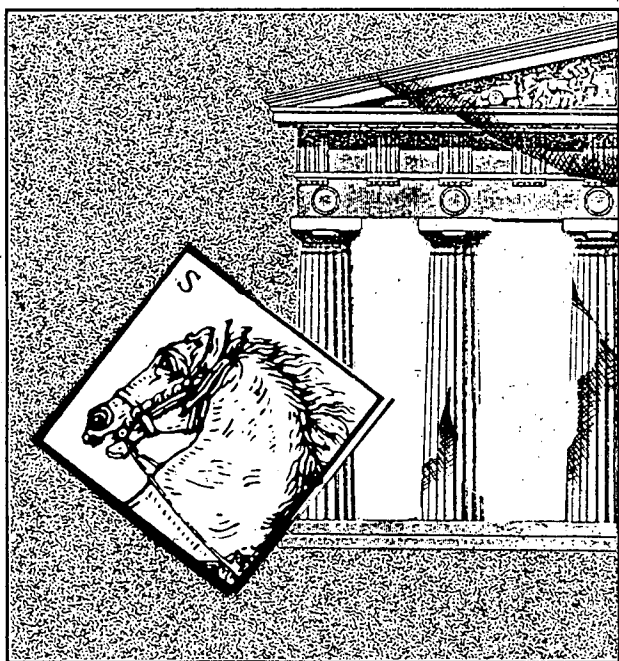
Enfatizada a través de términos como "mestizaje", "sincretismo", "hibridación", todas las aproximaciones y los abordajes del paisaje cultural latinoamericano revelan siempre una valoración, positiva o negativa, y quizá hasta ambivalente, de lo heterogéneo. Así, Norbert Lechner, por ejemplo, señala que por mucho tiempo se estuvo "denunciando la heterogeneidad estructural de América Latina como obstáculo al desarrollo, sin considerar que ella podría fomentar una interacción mucho más

comunidad cada vez más erosionada. Es desde el punto de vista de una identidad amenazada que vemos la heterogeneidad como una fragmentación a rechazar". (1)

En efecto, Latinoamérica es una construcción imaginada y fundada en la afirmación de un heterogéneo, como lo opuesto de aquello supuestamente homogéneo que es Europa u Occidente. Ya sea en la disputa diferenciadora de lo "propio" y de lo "ajeno", ya en el reconocimiento de procesos de integración y de

“hibridación”, Latinoamérica ha sido pensada como una conflictiva relación entre pares opuestos claramente diferenciables: lo mezclado y lo puro, lo de adentro y lo de afuera, lo original y lo prestado; en tanto manifestación siempre presente de la angustiada búsqueda de una identidad fundacional, de la esencia originaria que proporcione la clave iluminadora de nuestro presente y de nuestro futuro.

El recurso a la instancia de una identidad originaria y quizá perdida, abandonada no se sabe en qué lugar y en qué tiempo de nuestra historia; la búsqueda de substancia, esa necesidad de hipostasiar un origen que nos permita conocer lo que somos, es expresión de una razón “que quiere recuperar un mundo anterior a sus principios a priori, desde esos mismos principios”. El despliegue



metahistórico de significaciones ideales, objetos preexistentes (Foucault), la búsqueda del origen en tanto esencia eterna e irreductible, “es un vicio de la razón reificadora en el cual se centra la tentación del demonio de la metafísica”. (2)

El pasado pleno de texturas y espesores, sólo se recupera sobre segmentos históricos dados, a través de una relación que recomponga las rupturas, los saltos, las discontinuidades, los haces de líneas que se

cruzan y que renovadamente entrelazan las significaciones creadas por el presente y las del pasado. Por ello, el origen se desplaza en ese proceso de creación de sentido, desplazando a su vez los conceptos, las categorías, los productos; iluminando, con un régimen de luz cada vez distinto, otros horizontes —horizontes trizados— donde el origen mismo se disuelve en el origen de otros procesos. Como Deleuze afirma, “pertenecemos a ciertos dispositivos y obramos en ellos (...) En todo dispositivo hay que distinguir lo que somos (lo que ya no somos) y lo que estamos siendo: la parte de la historia y la parte de lo actual. La historia es el archivo, la configuración que lo somos y dejamos de ser, en tanto que lo actual es el esbozo de lo que vamos siendo. De modo que la historia o el archivo es lo que nos separa de nosotros mismos, en tanto que lo actual es eso otro con lo cual ya coincidimos”. (3)

Definiremos a América Latina como una zona de experiencia limitada geográficamente; un campo de visión en el cual se pueden cartografiar la multiplicidad de ejes y líneas que lo componen, lo atraviesan y lo arrastran. En relación con este mapa nos atrevemos a esbozar algunos aspectos problemáticos en torno a:

- 1) Las integraciones y diferencias múltiples de lo cultural en América Latina, que muestran el estallido del eje tradición-modernidad, así como también de las oposiciones abruptas (lo culto, lo popular, lo elitico, lo masivo, lo local, lo universal), que han explicado nuestro capital cultural y que se han pretendido,

desde diversas posiciones, universos autosuficientes que expresan la autenticidad y especificidad de América latina.

- 2) La manera en que la recuperación de una tradición ambivalente permite el reconocimiento de una heterogeneidad de signos y de la multivocidad del sentido, instalándonos así en un proceso de creación de un lazo sustantivo con nuestra memoria y nuestra historia.

## RECTAS GALERIAS QUE SE CURVAN EN CIRCULOS SECRETOS AL CABO DE LOS AÑOS

Que el capitalismo es hoy un fenómeno a escala mundial, es una afirmación suficientemente repetida que implica, a su vez, el reconocimiento de un proceso de homogeneización de proporciones planetarias y al que no escapa ningún orden de producción.

Cierto es, por tanto, que varios intentos de modernización económica, escolar y comunicacional en América Latina, han logrado un estadio de homogeneización en el que coexisten, sin embargo, capitales culturales diversos y campos simbólicos fragmentados. (4)

Los esfuerzos explicativos de estos procesos de integración y diferenciación, que ponen en juego las complejissimas mutaciones culturales en América Latina, se han polarizado en torno a los términos opuestos que constituyen la analítica del eje tradición-modernidad. “Toda la estructura —afirma Ángel Rama refiriéndose a la narrativa de la región— funciona entre dos polos opuestos que desde los orígenes de América Latina han fijado su campo de fuerzas, los que han ido evolucionando según las circunstancias históricas: el internacionalista, que registra las sucesivas pulsiones externas que se distinguen por su variabilidad, y el nacionalista, que capitaliza las fuerzas integradoras y las tradiciones, ya autóctonas, ya acriolladas de larga data. Son, éstas, denominaciones modernizadas y conven-

cionales de energías que han sido denominadas muy diversamente a lo largo de los siglos, pero que no cesamos de encontrar formuladas siempre: criollismo vs. peninsularismo, civilización o barbarie, conservatismo y liberalismo, catolicismo y positivismo, cosmopolitismo y nacionalismo; etc” (5)

Desde esta perspectiva, la modernidad cultural, a pesar de su desajustada relación con los procesos de modernización, ha significado un polo centrado, desterritorializado, que emana fuerzas desintegradoras; es decir, un centro que produce efectos centrífugos (pulsiones externas, según Rama). El otro polo estaría representado por el núcleo de tradiciones “autóctonas o acriolladas”, vale decir, territorializado e integrador.

En este eje de coordenadas estarían representadas también, el conjunto de rasgos puntuales que se colocan a uno u otro lado de la polaridad: culto y popular, universal y local (o nacional), propio y ajeno, innovador y ritual, progresista y conservador, hegemónico y subalterno, incluido y excluido; y cuyo desenvolvimiento se interpreta como una tendencia ora a la polarización extrema, ora a la mezcla.

Ahora bien, junto a estos cruces paralelos que integran y separan los extremos del eje tradición-modernidad, los desplazamientos de lo cultural latinoamericano implican también cruces oblicuos y entrecruzamientos que hacen estallar el eje único transformándolo en una multipolaridad móvil. Este conjunto multilineal supone una combinatoria múltiple de lo mismo y lo otro, trocando las fuerzas integradoras en desintegración y lo territorializado en desterritorializado (6); fragmentando los términos mismos de la relación.

De esta manera, por ejemplo, lo culto se cruza con lo local, oculta su faz de universal y deviene ritual o conservador. Así también, las tradiciones muestran su fragmentariedad, se hacen visibles en tanto multiplicidad, y se desterritorializan; diferentes temporalidades históricas convi-

ven en un mismo presente o los estilos distintivos de la cultura de élites se disuelven en la amalgama de lo massmediático. “La innovación estética se convierte en un juego dentro del mercado simbólico internacional, donde se diluyen, tanto como en las artes más dependientes de las tecnologías avanzadas y ‘universales’ (cine, televisión, video), los perfiles nacionales que fueron preocupación de algunas vanguardias hasta mediados de este siglo”: (7)

Las relaciones entre tecnologías y cultura popular, por ejemplo, se desplazan desde una asimilación de lo popular en y por lo tanto tecnológico (telenovelas, tecnomúsica, etnoproducción, etc.), hasta lo inverso, la tecnología y su terminología popularizadas e incorporadas a lo popular —un rapport que Andrew Ross ha denominado “folklore of technology” (8).

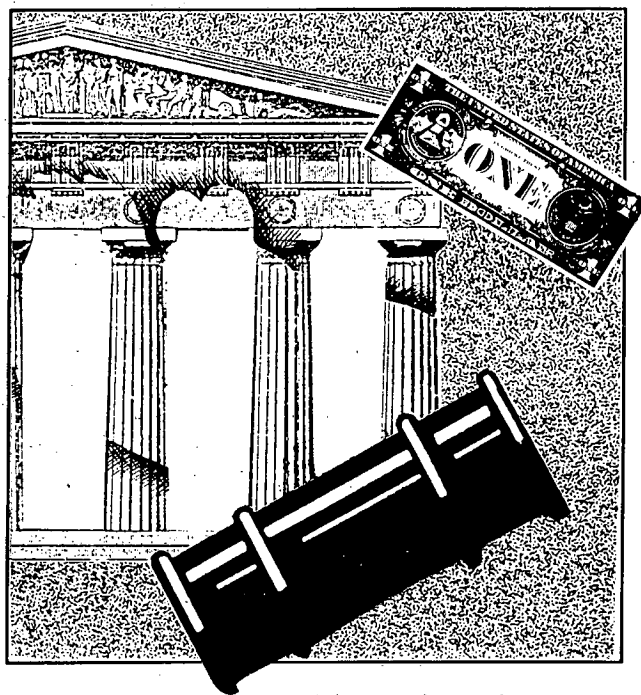
Por ello, intelectuales, artistas, teóricos y críticos de arte están hoy obligados a reconocer estas presencias e interacciones y en consecuencia, repensar estas aproximaciones desde perspectivas y con herramientas que permitan dar cuenta del fenómeno.

Curvas de visibilidad, curvas de enunciación y líneas de fuerza van tejiendo la trama de lo cultural. Las dos primeras, haciendo nacer o desaparecer los objetos (la pintura, la arquitectura, la fotografía, la cerámica, la escritura); distribuyendo, en su enunciación, las posiciones diferenciales de sus elementos (¿qué es lo culto, lo popular, lo elitesco, lo comprometido, etc?); desplazando unos géneros y haciendo visibles otros (la épica, el canto, la poesía, la novela). Las líneas de fuerza, van trazado los trayectos y

orientando los vectores, produciendo las curvas, los meandros, las sinuosidades, las inflexiones, los puntos de resistencia y también, las subjetividades.

Pensar la puesta en escena de estos dispositivos tiene como consecuencia el reconocimiento de la complejidad del asunto, y por tanto de la necesidad de desarrollar nuevas estrategias que no sólo permitan dar cuenta de los desplazamientos y las transformaciones, sino también ubicar los puntos de inflexión, las fisuras, los pliegues, los intersticios de resistencia en la madeja de cruces y relaciones.

Del mismo modo que —señala García Canclini— los artesanos o productores populares de cultura no pueden referirse ya sólo a su universo tradicional, los artistas tampoco logran realizar proyectos reconoci-



dos socialmente si se encierran en su campo. La literatura, por ejemplo, no puede prescindir del ritmo y de la imagen y, sin embargo, tiende cada vez más a los ojos y cada vez menos a los oídos; poniendo en evidencia, no sólo el desplazamiento de la poesía hacia la prosa —inclusive la asimilación de los géneros poéticos por la novela y el ensayo—, sino también la captación de lo literario por el cine, la industria del video y los medios de comunicación que trans-

forman y difunden los textos a través de imágenes. La evolución de la novela como género en el cual confluyen una multiplicidad de géneros interpretativos, modos de pensar y estilos de expresión, requiere un público cada vez más informado y capaz de captar las referencias, las intertextualidades, los collages. La profusión de información, la cantidad de bibliografía que se edita diariamente, obliga al mercado del libro —inclusivo en América Latina— a destinar cada vez más recursos a la producción de anticipos editoriales, resúmenes, reseñas y revistas de información bibliográfica que muchas veces tornan perversamente inútil o innecesaria, la adquisición y lectura de los libros.

Cómo se reúnen en una misma obra universos simbólicos y códigos distintos; cómo conviven en un mismo soporte técnicas y tecnologías; cómo devienen estilos los cruces y las mezclas; y cuáles criterios se utilizan para ello (si es que existen criterios); cómo se reconvierten los mensajes artísticos, quiénes los leen e interpretan, quiénes se los apropian y cómo los reinvierten; dónde se ubican y qué papel juegan los antiguos antagonismos; cómo se deconstruyen y redefinen los términos existentes y las relaciones de poder en los pliegues de los cruces culturales. Estas son algunas de las cuestiones que, desde “ciencias sociales nómadas”, a través de la investigación en los microespacios donde estas prácticas se efectúan, permitirán comprender la producción de nuestro capital cultural y nuestros universos simbólicos, elaborar la analítica de nuestra historia y hacer el diagnóstico de nuestro presente.

### **TODO ERA FACIL, NOS PARECE AHORA, EN EL PLASTICO AYER IRREVOCABLE**

La recuperación del pasado no se realiza a través de una narrativa coherente, como una trama que, sin rupturas ni saltos, nos erija en herederos de extraordinarias hazañas y “buenas” intenciones. (Debemos re-

cordar que —como afirma Walter Benjamín— todo documento de cultura es también un documento de barbarie).

El tiempo histórico, tanto como el presente, no constituye un proceso homogéneo. “El pasado se conoce, en cada caso, según las reglas de ordenamiento del pensamiento presente y los intereses específicos de las figuras sociales propias de un determinado cuadro estratégico”. (9)

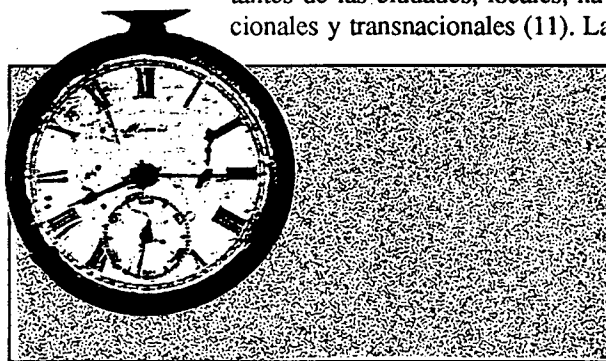
La memoria selectiva, la relectura estratégica del pasado, supone rescatar del olvido lo excluido, lo que ha quedado en los márgenes de la enunciación y que las líneas de fuerza dadoras de sentido, han arrastrado como huellas apenas sugeridas, presencias fosilizadas, ausencias y oscuridades. Es también poner en juego el recuerdo de caducidades, de abandonos, de sustituciones, y reconocer en este juego de lo que aparece y desaparece, los momentos relevantes para el “ahora” cuyo surgimiento en escena implica, en cada caso, una configuración estratégica en el presente; es decir, una actualización.

Como sostiene Foucault, partimos de discursos que acaban de dejar de ser los nuestros; “su umbral de existencia está instaurado por el hiato que nos separa de aquello que ya no podemos decir y de aquello que cae fuera de nuestra práctica discursiva; ésta comienza con el afuera de nuestro lenguaje, su lugar es la diferencia de nuestras propias prácticas discursivas. En este sentido vale por nuestro diagnóstico. No porque nos permita trazar el cuadro de nuestros rasgos distintivos y esbozar de antemano la figura que tendremos en el futuro. Pero nos desprende de nuestras continuidades; disipa esa identidad temporal en la que nos gusta mirarnos para conjurar las rupturas de la historia; rompe el hilo de las teleologías trascendentales, y allí donde el pensamiento antropológico interrogaba al ser del hombre o sus subjetividades, hace estallar lo otro y el afuera” (10). Es necesario, entonces, establecer las diferencias de los tiempos y las diferencias de las máscaras, asumir la diversidad de

individuos, grupos, épocas y tradiciones, constituidos y recuperados en la censura misma de las estrategias que se desplazan.

El problema no se reduce, por tanto, a conservar y rescatar tradiciones supuestamente inalteradas; ello sería fetichizar la historia, atribuirle una esencia, un poder mágico insustituible. Por el contrario, se trata de indagar acerca de las transformaciones y los cruzamientos, cómo interactúan con el presente para devenir tradiciones otras (fuentes históricas renovadas, orígenes desplazados).

Los hechos culturales folk o tradicionales —nos dice García Canclini— son hoy el producto multideterminado de actores populares y hegemónicos, campesinos y habitantes de las ciudades, locales, nacionales y transnacionales (11). La



poesía gauchesca —afirma Jorge Luis Borges— es un género literario tan artificial como cualquier otro; los poetas gauchescos cultivan un lenguaje deliberadamente popular, que los poetas populares no ensayan. Estos en cambio, rehuyen las voces populares y buscan voces y giros altisonantes (12).

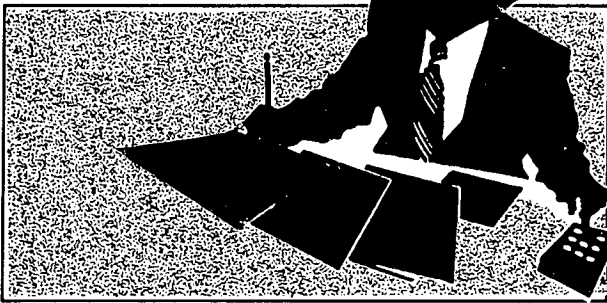
¿Tiene sentido, entonces, clasificar la producción literaria en compartimientos supuestamente antagónicos, reflejo de mundos refractarios? ¿No constituye este empeño la manifestación más visible de una posición metafísica y fetichista de la historia?

Nos parece que lo viable es eliminar la nomenclatura geográfica y sociopolítica de nuestras letras para comprender el proceso de tendencias, desplazamientos, integraciones y diferenciaciones que van transformando el mundo de lo literario.



## NOTAS

1. **Los patios interiores de la democracia.** Subjetividad y Política. Fondo de Cultura Económica. Chile, 1990, p. 163.
2. Enzo del Búfalo. **La genealogía de la subjetividad.** Monte Avila Editores Caracas, 1992. p. 18.
3. **¿Qué es un dispositivo?** En: Michel Foucault, filósofo. Gedisa. Barcelona, 1990. pp. 159-160.
4. "El problema no reside en que nuestros países hayan cumplido mal y tarde un modelo de modernización que en Europa se habría realizado impecable, ni consiste tampoco en buscar reactivamente cómo inventar algún paradigma alternativo e independiente, con tradiciones que ya han sido transformadas por la expansión mundial del capitalismo". Nestor García Canclini. **Culturas híbridas.** Grijalbo. México, 1990. p. 80.
5. **Temas Latinoamericanos. La no-**



vela latinoamericana. 1920-1980. Instituto Colombiano de Cultura. Bogotá, 1982. p. 295.

6. "... los procesos de transformación cultural que involucran a América Latina como objeto, sujeto o ambos, son: la latinización de la cultura urbana de Estados Unidos, la formación de culturas híbridas tales como la chicana y la nuyoricana y lo que llamaré reciclaje pop, efectuado en Latinoamérica, tanto de los iconos que los Estados Unidos producen para representar a nuestro continente, como de aquellos que significan al Primer Mundo en el momento de la postindustrialización". Celeste Olalquiaga. **Tupinícópolis. La Ciudad de los indios retro-futuristas...** En: **Revista de Crítica Cultural.** Chile N° 3, Abril, 1991. p. 10.
7. Nestor García Canclini. Ob. cit. pp. 91-92.
8. "... the new appropriation culture everywhere feeds off the 'leaky' hegemony of information technology — a technology that must always seek

out ways of simulating prestige for its owners because its component architecture does not recognize the concept of unique ownership of 'electronic property'" "Andrew Ross. **No respect. Intellectuals & Popular Culture.** Routledge. New York, 1989. p. 212.

9. Enzo Del Búfalo Ob. cit. p. 15.
10. Michel Foucault. **La arqueología del saber.** cit. por G. Deleuze en **Michel Foucault, filósofo.** p. 160.
11. Ibid. p. 205.
12. **El escritor argentino y la tradición.** En: **Obras Completas.** Emecé. Buenos Aires, 1974. p. 268.

## BIBLIOGRAFIA

BALBIER, E. G. Deleuze, et. al. **Michel Foucault, filósofo.** Gedisa. Barcelona, 1990. 342 pp.

BORGES, JORGE LUIS. **Obras completas.** Emecé editores. Buenos Aires, 1974. 1161 pp.

BOURDIEU, PIERRE. **Sociología y Cultura.** Grijalbo/Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. México, 1990. 317 pp.

CALVINO, ITALO. **Seis propuestas para el próximo milenio.** Ediciones Siruela. Madrid, 1989. 144 pp.

CARPENTIER, ALEJO. **Tientos y diferencias.** 2da. Edición. Unión de Escritores y Artistas de Cuba. La Habana, 1974. 111 pp.

DEL BUFALO, ENZO. **La genealogía de la subjetividad.** Monte Avila Editores. Caracas, 1991. 178 pp.

GARCIA CANCLINI, NESTOR. **Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad.** Grijalbo/consejo Nacional para la Cultura y las Artes. México, 1990. 363 pp.

KUNDERA, MILAN. **El arte de la novela.** Vuelta. México, 1990. 153 pp.

LECHNER, NORBERT. **Los patios interiores de la democracia, Subjetividad y política.** 2da. Edición. Fondo de Cultura Económica. Chile, 1990. 183 pp.

LUKACS, GEORG. **La teoría de la novela.** Ediciones Grijalbo, S.A. Barcelona, 1975. 420 pp.

PAZ, OCTAVIO. **El Arco y la Lira.** 3era. Edición. Fondo de Cultura Económica. México, 1983. 307 pp.

PAZ, OCTAVIO. **La otra voz. Poesía y fin de siglo.** Seix Barral. Caracas, 1990. 141 pp.

RAMA, ANGEL. **Temas Latinoamericanos. La novela latinoamericana. 1920-1980.** Instituto Colombiano de Cultura. Bogotá, 1982.

RAMA, ANGEL y MARIO VARGAS LLOSA. **García Márquez y la problemática de la novela.** Ediciones Corregidor. Buenos Aires, sf. 89 pp.

ROSS, ANDREW. **No respect. Intellectuals & Popular Culture.** Routledge, Chapman and Hall, Inc. New York, 1989. 269 pp.

WILDE, OSCAR. **Ensayos/Artículos.** Ediciones Orbis, S.A. Barcelona, 1986. 304 pp.

## ARTICULOS Y PUBLICACIONES PERIODICAS

BRAVO, VICTOR. **Imagen de la cultura en José Lezama Lima.** En: **Cifra Nueva. Revista de Cultura Universidad de Los Andes.** N° 1. Ene. 1992. pp. 87-97.

CASTORIADIS, CORNELIUS. **El deterioro de Occidente.** En: **Vuelta.** México, N° 184. Marzo, 1992. pp. 16-23.

GUATTARI, FELIX. **La producción de subjetividad del Capitalismo Mundial Integrado.** En: **Revista de Crítica Cultural.** N° 4. Santiago de Chile. Nov. 1991. pp. 5-10.

OLALQUIAGA, CELESTE. **Tupinícópolis. La ciudad de los indios retro-futuristas.** En: **Revista de Crítica Cultural.** N° 3. Santiago de Chile. Abril, 1991, pp. 9-14.

RABOTNIKOF, NORA. **Memoria e identidad colectiva.** En: **Nariz del diablo.** N° 16. III época. pp. 88-103.

María Cristina Mata

# El consumo desde una perspectiva crítica

Carlos J. Correa

Todo estaba previsto. Horas antes de su salida nos sentaríamos a conversar. Alistamos los implementos. El cenicero a distancia, café, lápiz y papel. Los gestos nerviosos, los ademanes vigorosos y las palabras que fluyen con rapidez.

María Cristina Mata en la escena. La entrevista giraría en torno a las tendencias de la investigación sobre comunicación en América Latina, especialmente en relación al consumo de los medios.

## LAS INVESTIGACIONES Y EL CONSUMO CULTURAL:

Los autores empiezan a vincular los estudios de carácter antropológico con dimensiones de tipo económico. ¿Por que ahora?. Una vuelta al receptor...

“Yo, creo que tiene que ver con dos cosas, una de las cuales es toda esta revalorización de las actividades del receptor. Desde alguna perspectiva es nada más que su revalorización como sujeto, constructor de significaciones. Dentro de otras líneas de investigación se revaloriza su rol más tradicional en términos sociológicos. Yo creo que siempre, desde el comienzo, en los estudios de comunicación, la figura del receptor como consumidor de los medios estuvo presente. De alguna manera fueron pioneros, los estudios de iniciales de comunicación en gran

parte estaban vinculados al desarrollo de la sociología funcionalista. Estaban ligadas a la idea de un sujeto que consumía mensajes, que consumía medios.”

María hilvana las ideas, se pregunta en voz alta y de nuevo busca las respuestas. Al compás teje una maraña de reflexiones. Abunda en aristas y fuma con intensidad.

“Entonces uno se pregunta: ¿qué hay de nuevo en esta mirada hacia el consumo?. Lo que yo percibo como más interesante en esta vuelta a los estudios de consumo, es que ya no es una vuelta que trata de ubicar a los sujetos aisladamente, justamente como consumidores en el sentido de exposición a los medios. Sino que es una vuelta que tiene por idea o trata de pensar que el consumo, es la forma casi fundamental o la práctica cultural fundamental que existe en nuestra sociedad y no solo en relación a los medios, sino en relación en la cultura en general.”

“Subsisten varias concepciones en los autores latinoamericanos, algunos hablan de consumo y están diciendo lo mismo que en la década del 40 o del 50 en los E.E.U.U.. Vamos a ver quienes consumen tal medio y vamos a sacar porcentajes de oyentes de tal tipo y tal otro. Sin cuestionar en lo absoluto que significa el consumo. Es decir, una propuesta descriptiva, o estudio de los comportamientos de los sujetos sin ninguna novedad.”

“Hay esa otra gente que decíamos al principio que está hablando de consumo en el sentido de una actividad de producción del significado, entonces, el caso es que asimilan la palabra consumo a la palabra recepción. Estos hablan del consumo selectivo de los mensajes, de la producción de significación por parte de los sujetos, del nuevo sentido de los mensajes, de la refuncionalización... Estos son estudios poco novedosos”.

## LOS NUEVOS CAMPOS DEL CONSUMO

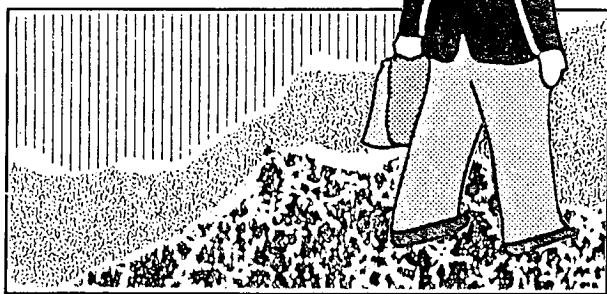
“A mi lo que me parece novedoso es esa pregunta fuerte respecto a que significa hoy el consumo en relación a la cultura de la época. ¿Y por qué a mi me parece interesante?. Me parece interesante porque de alguna manera reubica varias cosas, en primer lugar me ubica el concepto mismo de cultura. Lo reubica, por ejemplo, en relación con viejas discusiones acerca del arte, en los medios de comunicación. Es decir, ¿Cómo podría uno hoy, desde esta preocupación, releer toda la propuesta de la escuela de Frankfurt?. ¿Qué significa hoy que los sujetos seamos vistos, como consumidores?. Y esto no solo por los medios, sino también, por ejemplo, por los sistemas educativos”.

“Cuando hoy vemos, como se están diagramando las nuevas políti-

cas privatistas de nuestros países, tiene la tentación de pensarlo también en términos de consumo. Ahora se ofertan Universidades para los distintos sectores, con distintos tipos de prioridades, con distintos tipos de propuestas. ¿Se está pensando en un sujeto como alguien que tiene que ser formado? ¿Qué tiene que ser un estudiante, o un consumidor de cursos? ¿Cómo un consumidor de carreras que le van a dar ese beneficio que es un título?”.

En otro terreno, el terreno de la salud el cual era un espacio en que los individuos, lograban o trataban de no enfermarse, de vivir bien. Hoy la oferta de los servicios de salud, se reduce en conseguir que paguemos por adelantado. Hay muchas prácticas, donde se encuentra esta misma constante.

Es interesante asumir que el con-



sumo es el articulador de un montón de prácticas, que son prácticas culturales, porque los modos de curarse son modos culturales, y los modos de educarse son modos culturales. En este sentido, me parece, que ver qué papel juegan los medios de comunicación, en relación al consumo es mucho más que preguntarse por el consumo de los Medios de Comunicación. Determinar que lugar central tienen, en esta nueva cultura del consumo, los medios. Y en este sentido los medios son algo interesante, son objetos a ser consumidos y articuladores de consumo.”

## LOS MEDIOS, EL CONSUMO: ECONOMIA Y CULTURA

La conversación tomaba cuerpo. Las pausas eran breves. Nos adentrábamos en el mundo de las interrelaciones entre la economía, el consumo y la cultura.

“Los aspectos económicos de la comunicación, son realmente un problema central. Porque finalmente los medios son un mercado y son hacedores del mercado. Hay pocas prácticas culturales que tengan esta doble condición que tienen hoy, los Medios de Comunicación. Pensar en los medios, en este sentido, con una doble articulación con el consumo, es un hecho nuevo, que ameritaría estudios profundos.”

“En muchos de nuestros países, desconocemos bastante acerca de las estrategias de consumo que tienen los distintos sectores de la población. Hay casos de sectores específicos de la población, como es el caso de los jóvenes, que tienen con relación a los medios, como a otras zonas de la realidad, comportamientos de consumo muy novedosos. No tenemos estudios de ese tipo, no tenemos tampoco estudios que nos reflejen como hay consumos culturales, individuales, familiares, locales. Ahí, yo si creo, que el interés en realizar este tipo de estudios, ya de los medios como productos, lo veo como un interés muy declamado, pero poco practicado.”

“Desde hace un tiempo se viene hablando de esto, pero yo personalmente, creo que no hay muchos estudios empíricos de consumo hoy. Pero empírico en ese sentido problematizador, no la mera descripción de oyentes de una radio. Sino ver, por ejemplo: ¿Como se articula el consumo de medios de comunicación con otros consumos culturales?. En relación a la educación, la música, o a los espectáculos. A mi parece que en ese sentido no se asume, por parte de las instituciones académicas, en serio este tema. Creo que todavía estos estudios están centrados en las agencias que tienen necesidad de tener estos datos para elaborar estrategias de mercado. Me parece que todavía en las escuelas de comunicación, en los centros de investigación y demás, el tema ha ingresado como teóricamente, como tema de reflexión, no ha ingresado como una preocupación seria que lleve a realizar estudios de campo.”

## LOS NUEVOS CAMPOS DE ESTUDIO: TEMORES Y DESAFIO

Apuntamos en la libreta algunas ideas. Planteamos el problema y le preguntamos acerca de los cuestionamientos que se le hacen a esta propuesta de investigación. El neoliberalismo, el abandono de la perspectiva crítica...

“Hay gente, que empieza a hablar del consumo y de la recepción y de los usos de los medios de masa, no se si haciéndole el juego al neoliberalismo, pero, por lo menos abandonando una actitud crítica. Cuando digo, abandonando una actitud crítica, no me refiero a la actitud condenadora de los medios por malos, sino a una actitud que no sea meramente descriptiva de la situación. Por ejemplo, cuando hoy ciertos autores constatan, a través de sus estudios, la existencia de una cultura híbrida, o constatan la existencia de los mensajes culturales, hecho que creo que es indudable, es como si detuvieran ahí su pensamiento.”

“Por ejemplo, y esto es un ejemplo concreto, tal vez lo cite mal, pero, en el libro sobre Culturas Híbridas de Néstor García Canclini, él nos señala como hoy en el mundo estadounidense, la cultura chicana, tiene una presencia fuerte, incluso hace alusión a canales de televisión en manos de estos sectores híbridos. El describe, el hace una descripción de esto. Yo creo que mas allá de una descripción, hay que preguntarse por el sentir que tiene esta hibridación. Porque si uno no se pregunta a fondo, por el sentido de esto, que estamos viviendo, podemos llegar a conclusiones de este tipo: “bueno que formidable, hoy los chicanos tienen en los Estados Unidos su propio canal de televisión, es decir, tienen su propio modo expresarse, esto es un avance en el sentido de la democratización de las comunicaciones”.

“No digo que García Canclini diga esto. Sino que tenemos que ir al fondo de lo que significan estas cosas, sino podemos hacer lecturas complacientes. ¿Por qué les llamé complacientes?. Porque, el mero

hecho de que los chicanos, puedan tener su canal y recibir mensajes en su idioma no es garantía de nada”.

“Yo me pregunto, si es un avance en el sentido de la democratización de la comunicación o es una formidable estrategia del mercado, para que estos chicanos sean mas consumidores de lo mismo. Porque habría que analizar a fondo, si en la propuesta discursiva de esos canales de televisión, hay alguna alteración de lo dominante, si realmente hay una ampliación de los discursos sociales posibles o si es mas de lo mismo nada mas que en español”.

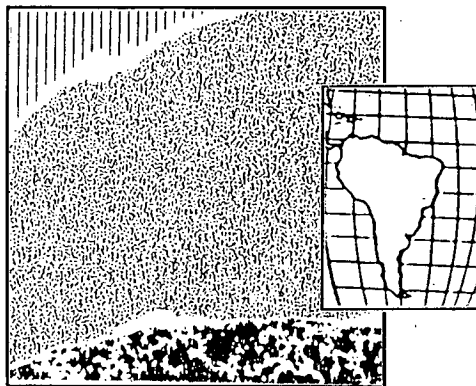
“Hay mucha gente que se queda en un nivel de describir ciertas transformaciones, ciertos rasgos culturales muy interesantes de nuestra época y se abstiene de la actitud crítica, insisto no en el sentido de condenar, sino de preguntarse a fondo, que representa esto culturalmente, y en ese sentido, uno si, puede demandar o puede tener nostalgias de las actitudes críticas del pasado”.

“Yo creo que hay otra gente que no se limita a describir los cambios culturales. Gente digo, que viendo lo que esta pasando se cuestiona si esto es lo único que es posible que exista hoy y si tenemos realmente que asumir una actitud de condena ante esto. Si uno piensa que esto no le conviene al hombre, al ser humano, entonces yo creo que aquí si hay un cambio, gente que esta tratando de comprender, por ejemplo, que le pasa a grupos a lo mejor muy pequeños de población, vuelvo al caso, los jóvenes, las mujeres. Pero no para describir complacientemente estos nuevos rasgos culturales sino para preguntarse en qué se esta transformando la vida de esa gente”.

“En el fondo lo que se esta transformando es la vida del ser humano en nuestra sociedad. Por eso yo también, siento que mientras que en la década del 70, lo que teníamos nosotros eran críticas, sobre todo políticas, muy fuertes a los medios, hoy el sector crítico de la comunicación, esta mas bien trabajando desde una perspectiva que se puede llamar de alguna manera ética. Es decir reconociendo que hay nuevos fenóme-

nos, que esto pasa, preguntándose si eso es lo que creemos que es bueno para la humanidad”.

“Hay gente que critica esa acti-



tud, diciendo que eso no sirve para actuar. Nosotros creemos que sirve para actuar, claro no sirve para saber como tenemos que hacer un programa de radio o televisión, pero si sirve para pararnos frente a la realidad, para ponerse en la realidad, para tratar de pensarla. Ese sector crítico, que tiene una perspectiva ética, como que tienen que dar una dura batalla, porque estos discursos suenan utópicos, suenan atrasados, porque es difícil competir con un discurso que es medio complaciente.

“Hay un sector de investigadores no que se niega a criticar, pero si que dice hoy lo que hay que hacer es describir y lo que hay que hacer es no tenerle miedo a los medios. Otro sector que en cambio reconoce que no puede seguir en las críticas globales que tiene que comprender mejor lo que pasa en el terreno de la cultura. Antes nuestras críticas eran muy globales, hoy pensamos que hay que entender más a fondo lo que sucede pero no simplemente para describir, sino para tomar una actitud de crítica frente a eso, que yo creo que es una crítica de tipo ético”.

“Existe un empalme, una relación que se va dando entre cierta gente que esta en el campo de los estudios de la comunicación con los estudios filosóficos y con los estudios antropológicos. Mientras que antes, la constante era la relación comunicación-sociología, hoy me parece que se van dando otras, otras constelaciones, que no eran habituales.”

## EL PRAGMATISMO Y LA TAREA DEL INVESTIGADOR

En el cenicero reposaban las cenizas de varios cigarrillos. La conversación se sumergía en la honduras de las posiciones vitales. Eran comunes, la primera persona y las ideas contra corriente. ¿Como conciliar teoría y práctica, teoría crítica con propuestas de investigación sobre el consumo?...

“Si, yo creo que se consigue en este sentido, en que por lo menos yo lo veo así, desde mi punto de vista, me parece que cuando uno hoy habla de reflexión crítica profunda y de teorización, no está hablando de una especie de generalización o de aplicación de ciertos supuestos teóricos que los bajas sobre la realidad. Sino que también hemos reconocido, hasta que punto a veces hemos perdido de vista lo que son fenómenos que ni siquiera hemos sabido describir y sobre los cuales hemos elaborado juicios de valor. Sin que halla habido una debida teorización, porque uno no entiende por teorización la pura especulación, sino justamente un análisis muy serio, de los datos de la realidad. Inspirado, por supuesto, ese análisis, en ciertos conceptos, sino uno seria un empiricista, que creería que con mirar los datos te va a venir alguna idea. Pero en función de alguna idea es necesario reconocer esa realidad, elaborarla, ponderarla, para poder seguir avanzando”.

“Hoy, con fenómenos muy fuertes que se están dando en nuestras sociedades y que me parece que tienen a los sectores juveniles, como uno de sectores protagonistas nucleares. Nosotros sentimos que se están desarrollando transformaciones profundas en la cultura de los jóvenes, en su modo de relacionarse entre sí, de relacionarse con el mundo, de relacionarse con lo que esta mas allá del mundo, sobre todo con el campo de la transcendencia. Los estudios reducen a los jóvenes a una masa, de gente que se comporta de determinada manera, pero no hemos llegado a conocer a fondo, motivaciones, diferencias. Hay que volver

a mirar, así con detalles la realidad, en función de algunas ideas y conceptos y nociones nos permite hacernos preguntas más profundas y seguir pensando.

“No lo veo contradictorio, sino al contrario, lo veo como un reconocimiento, también de parte de nuestros investigadores, de que por rechazar el empiricismo o una visión empirista, en general, durante muchos años rechazamos la práctica sobre las realidades y análisis detallados y demás. Me parece que hoy también estamos saliendo de ese error”.

### LOS JOVENES: GLOBALIZACION Y MICRO MERCADOS CULTURALES

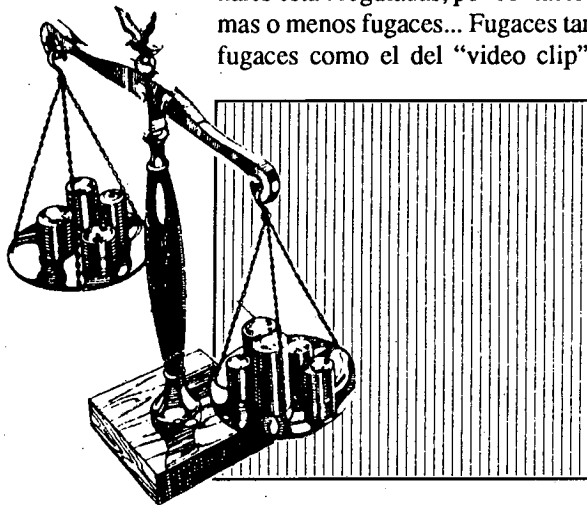
Reiteraba el ejemplo, volvía a los jóvenes. Decimos abrir cancha y entramos a movernos en ese escenario pleno de sugerencias. Cultura juvenil, toda la cultura...

“Podríamos llegar a elaborar una hipótesis, en la cual a lo mejor no soy muy original, pero, que sería interesante trabajarla, y es hasta que punto hoy toda la cultura se ha vuelto cultura juvenil. Como hoy todo que no es o parece ser joven pierde valor, esta cultura descartable en la que vivimos”

“La fugacidad, es propio de una etapa también fugaz, de la vida, que es la juventud. Donde queda hoy el valor de la experiencia, de la sabiduría del anciano, ese es un valor perdido en esta sociedad. Entonces los jóvenes hoy, son un sector en mutación muy fuerte, pero al mismo tiempo, me parece a mi, que de pronto toda la cultura esta llena de estos valores”.

“Otro ejemplo, bueno uno podría estudiar el consumo de televisión, como consumo de un producto en especial, pero yo digo, es que ya toda nuestra cultura es televisiva, y cuando digo toda la cultura, digo, la educación es hoy televisiva. Las relaciones en las familias, hoy son televisivas. Cuando digo televisiva yo le llamaría, por ejemplo, el que la política esta regulada casi, por la

imagen. El que las relaciones personales están reguladas, por contactos mas o menos fugaces... Fugaces tan fugaces como el del “video clip”,



quiero decir la televisión es un producto, pero la televisión es, casi, un modo de organización global de la cultura.”

“Entonces es interesante, porque además de esto que decíamos, hay segmentos, sujetos particulares, mientras los consumos son globales, también hay prácticas diferenciadas: la televisión, el consumo de música y demás. Pero que uno, podría empezar a ver que están regulando zonas más amplias de la cultura y yo creo que estas son las cosas que uno tiene que trabajar y pensar, por eso digo, me parece que hoy estudiar ciertos aspectos de la realidad es necesario. ¿Para qué?. No para describir, sino para poder pensar en mas profundidad que es globalmente hoy esta sociedad en la cual vivimos.”

Y estas transformaciones abarcan también otros aspectos. Surgen nuevos modos de estructurar los discursos

“Exacto, por ejemplo, el abandono de los modos tradicionales de argumentación en el campo de la política, por otros modos que se podrían llamar televisivos. Es un poco esto, pero no solo en la política, yo por eso digo la educación, de pronto, cuando uno ve ciertos manuales de colegios secundarios, tiene la impresión casi, de estar viendo “videoclips”. Porque se ha abandonado en muchos textos lo que es el desarrollo discursivo de una idea y se opera por “flashes y por collages”. Esto, yo creo si necesariamente que cambia

la cabeza de la gente, pero, que también habla de cambios que ya se han dado.

“Producto y efecto, pero esto tiene que ver con las computadoras, con el lenguaje binario. Esto tiene que ver con el hecho de que hoy, ahora, en los diálogos cotidianos, en vez de hablar de posibilidades se habla de menús y yo soy alguien que elige de un menú. Es decir, hasta cuando tengo que elegir algo que no pasa por el consumo, estoy en el mundo del consumo”

“Si uno no estudia a fondo lo que esta pasando, puede quedar en la condena fácil. Podemos elaborar el juicio de valor que queramos, a partir de una posición que para mi siempre será una posición ética, pero creo que por la complejidad que asume este momento cultural, sentimos que es un desafío hacer estudios empíricos detallados, que no generalicen”.

“Para salir de esas condenas ideológicas. Ideológica en cuanto partía de una visión del mundo muy acotada, que uno podía tener. Que leamos los datos de la realidad para ver en que medida coincidían con esa visión y el proyecto político que teníamos. Entonces, yo creo que hoy también esto, frente a la quiebra de los grandes proyectos políticos y la necesidad de reconstruir alternativas, uno empieza hacerse preguntas, tal vez mucho mas elementales. Como por ejemplo, ¿Cómo sería bueno que vivieran los hombres?, antes sabíamos como tenían que vivir los hombres y que les convenía, desde distintas posturas. Hoy tal vez, lo que nos estamos preguntando es ¿qué será bueno?, es decir, estamos como mas atrás, pero a lo mejor, de pronto hasta podemos ir mas hacia adelante.

El tiempo apremiaba y las preguntas quedaron en el tintero. Los cigarrillos y los vasos de café anunciaban que el tiempo se acabó. Nos quedamos con más preguntas que respuestas y quizás el nuevo tiempo sea ese. Nos cambiaron las preguntas, cuando suponíamos que teníamos las respuestas. Una breve aproximación a una mujer de hablar rápido, que hilvana una historia de búsquedas.



## DERECHO A LA LIBERTAD DE EXPRESION E INFORMACION

Los sucesos del 27 de noviembre de 1992, dieron lugar a nuevas acciones violatorias del derecho a la libertad de expresión por parte del gobierno, que se tradujeron en el hostigamiento, detención y sometimiento a interrogatorios a varios periodistas, así como las sanciones contra Radio Rumbos y una nueva suspensión (censura) del programa dominical de TV, "José Vicente Hoy". Otra práctica cotidiana ha sido la obstrucción y entorpecimiento de la labor de los reporteros que cubren la situación de los detenidos a raíz del alzamiento mi-litar.

El periodista Napoleón BRAVO recibió una "visita domiciliaria" el martes 2 de diciembre, de agentes de la DIM, y fue llevado a la sede de ese organismo de seguridad, donde fue sometido a interrogatorios durante más de ocho horas. Se trataba de averiguar sobre una supuesta reunión realizada en su vivienda ubicada en Alto Prado, el día 26 de noviembre, un día antes de la asonada. Le preguntaron si conocía militares implicados en el alzamiento. Bravo comentó al respecto: "sólo faltó que dijeran que yo era el jefe de la junta". También se llevaron detenida a la Señora Marta ALARCON, quien presta servicio doméstico en la casa de Bravo, junto a su bebé de dos meses.

Así también, William ECHEVERRÍA, reportero de Venevisión y su equipo de camarógrafos, fueron detenidos brevemente cuando reseñan la llegada de Napoleón BRAVO a la DIM.

La periodista Carmen CARRILLO, del diario *El Universal* acudió a la Fiscalía General y se entrevistó con el Director General de ese organismo. Antonio José Herrera, para solicitar la apertura de una averiguación, sobre la muerte del periodista Virgilio FERNANDEZ ocurrida el 27 de noviembre, hecho en el cual ella también sufrió herida de bala y la reportera gráfica Morella SCANONE recibió herida rasante en la cabeza.

Los tres periodistas de *El Universal* se encontraban a bordo de un vehículo de ese diario, perfectamente identificado como tal, cuando fueron atacados desde la base aérea de La Carlota por un uniformado con traje de camuflaje. "La idea es determinar quien fue el soldado que hizo esos disparos, porque él lo hizo con premeditación y alevosía, ya que él no se estaba defendiendo; porque nosotros no lo estábamos atacando (...). El nos quiso matar (...) Nosotros ya estábamos regresando al periódico y ni siquiera le estábamos haciendo fotos a La Carlota" (*El Universal* 02.12.92). Para el caso fue designada por el Ministerio Público la fiscal 52, Moura Lara.

El martes 2 de diciembre el periodista José Vicente RANGEL solicitó a la Fiscalía General de la República la restitución de su programa dominical de TV, el cual fue suspendido indefinidamente sin fórmula de juicio, y debió haberse transmitido el domingo 30 de noviembre. Lo acompañó en su solicitud el presidente del Colegio Nacional de Periodistas, Eduardo Orozco.

El Consejo de Ministros decidió la noche del viernes 10 de diciembre el cierre por siete días de Radio Rumbos, mediante Resolución del Ministerio de Transporte y Comunicaciones, luego de considerar que la emisora habría estimulado a la rebelión y a la desobediencia civil el 27-N. No se hizo referencia a cuáles habían sido los mensajes transmitidos que motivaran la sanción.

La sanción fue luego reducida y el lunes 13 por disposición del Presidente de la República basada en el artículo 90 de la Ley de Procedimientos Administrativos y 202 del Reglamento de Radiocomunicadores, se autorizó el reinicio de las transmisiones a partir del martes 14 de diciembre.

Completa este panorama la restricción del acceso de los periodistas al Fuerte Tiuna, donde permanecen numerosos detenidos militares por la rebelión de noviembre. Allí se argumentan medidas de seguridad a partir del inicio del proceso extraordinario para juzgar a los alzados. Pero allí también se han producido excesos contra los



comunicadores y el comportamiento de los soldados y alcabaleros se ha tomado sumamente agresivo.

Desde la segunda semana de diciembre se produjeron peligrosos incidentes en esas instalaciones militares: el periodista de *El Universal*, Julio BARAZARTE, fue apuntado con un fal, bajado de la unidad del periódico, manos en alto y le fue colocado el cañón del fusil en la barriga. El martes 14 de diciembre a las 11 am, el equipo de Omnivisión, integrado por los periodistas Raúl GOMEZ, Daniel ESPINOZA y Noé MOLINA fue abordado por Guardias Nacionales motorizados y un mayor de apellido Rangel Arcay.

Narra Raúl GOMEZ: "Nos metió (Rangel Arcay) a un militar en el vehículo y nos escoltaron al Regimiento de Policía Militar, donde nos decomisaron nuestras credenciales, la cinta de video y una inocente cinta de audio que venía escuchando Daniel en su walkman. También nos decomisaron el comunicado que minutos antes nos entregó la oficina de Relaciones Públicas del Ministerio. ¿Le parecería subversivo al mayor?". (*El Nacional* 15.12.92)

Tomado de "REFERENCIAS", Año 5, Nº 51, Enero 1993.



## LA GUERRA DEL VIDEOCASSETTE: ¿PIRATERIA O LEGALIDAD?

El pasado lunes, 11 de Enero, ASOVIDEO (Asociación nacional de productores, distribuidores, comerciantes y afines de videocassettes) publicó un remitido en el diario *El Nacional* denunciando los atropellos a que son sometidos los miembros de su asociación por parte de la policía, Guardia Nacional y otras instituciones oficiales.

Estos "operativos" de la policía han sido reseñados por algunos medios de comunicación, en los cuales se informa que en favor de la ciudadanía, para salvaguardar la moral y buenas costumbres..., han sido allanados diversos centros delictivos, siendo detenidos una serie de ciudadanos, a los que se califica de "delinquentes", "vagos y maleantes", etc. Dichos ciudadanos no son otros que los vendedores de videocassettes, afiliados a Asovideo. Además, se les acusa de comercializar pornografía, o de cualquier otro delito que venga al caso, se sugiere su vinculación con la distribución de droga y se "decomisan" grandes lotes de mercancía, la que vendrá a constituir el cuerpo del delito.

El remitido denuncia lo que llama "la mafia del video", empresas extranjeras sin representación jurídica en el país, que tratan de monopolizar el mercado de videocassettes, así como la exhibición de películas, acaparando las salas de cine.

Las empresas involucradas en la denuncia, por su parte, INVERECI, CAVEVI, SACVEN, INVESOF, la Cámara Venezolana de Productores de Fonogramas y la Asociación Venezolana de Exhibidores de Películas, respondieron a la acusación con otro remitido, una semana más tarde. Afirmaban que el público merece respeto —una verdad guardada cuando conviene—, que la propiedad intelectual se debe de proteger y respetar, que tales acusaciones son una ofensa para la Policía y la Guardia Nacional.

Es lógico pensar que ambas tienen algo de razón en lo que plantean, sin que por ello la verdad absoluta esté en ninguna parte. También es cierto que las instituciones defensoras de una supuesta legalidad no consideran la realidad existencial de la otra parte, tratando en definitiva de defender sólo sus intereses, sin importar nada más.



## POR UNA RADIO Y TELEVISION DE SERVICIO PUBLICO

Con fecha 24-10-91 se constituyó legalmente en Caracas, como Asociación Civil, el "Comité por una Radio-Televisión de Servicio Público" (RTSP). La iniciativa la tomaron una serie de personalidades independientes. El objetivo principal de dicho Comité quedaba claramente especificado en la Cláusula Cuarta de su Acta Constitutiva: "El objeto de la Asociación es fomentar por medios democráticos y participativos la existencia en el país de servicios públicos radiotelevisivos de alta calidad y utilidad social, suficientes, complementarios y desgubernamentalizados; velar por los intereses de los usuarios de servicios culturales y comunicacionales y, en general, por el carácter republicano y democrático de las iniciativas públicas en el campo de la cultura y la comunicación". El primer Consejo Directivo quedó constituido por Antonio Pasquali, María Teresa Boulton, Elizabeth Safar, Eduardo Pozo, Mario Handler, Fernando Rodríguez y José Ignacio Rey.

En fecha reciente (26-1-93) el Comité por una Radio-Televisión de Servicio Público celebró, en los locales de la Casa Rómulo Gallegos (Fundación CELARG), su Primera Asamblea General Ordinaria. En la misma el Consejo Directivo presentó informe de las múltiples actividades realizadas, así como de las Cuentas y Balances. Se leyeron los nombres de los nuevos miembros admitidos. Se examinaron y aprobaron, en líneas generales, los Planes y Presupuestos para el ejercicio de 1993. Quedó también ratificado en su totalidad, para el nuevo período, el Consejo Directivo.

En base a las propuestas aprobadas por esa Asamblea, el Consejo Directivo estudia en la actualidad la inmediata puesta en marcha de un **Plan de Acción para 1993** que incluye los siguientes cinco Programas:

1. Obstaculizar la privatización de los servicios radioeléctricos públicos, o el cese de sus actividades; propiciar mejoras en cobertura, calidad y financiamiento de los mismos.
2. Disseminación de y sensibilización

a los objetivos de RTSP, para "decision makers", líderes de opinión, creadores, usuarios y opinión pública en general; cooperación institucional, nacional e internacional.

3. Investigación y Estudios orientados a la decisión y a la acción, de interés prioritario para la Nación y finalizados al logro de los objetivos de RTSP.
4. Elaboración de proyectos legislativos o reglamentarios, o participación en actividades normativas de terceros, conforme a los objetivos de RTSP.
5. Diagnóstico, seguimiento y evaluación de la acción y la inversión públicas en los sectores de la Cultura, la Comunicación y las Telecomunicaciones.

En el marco más general de esos cinco programas se estudia la operativización de un total aproximado de veinte Proyectos, entre los que podrían destacarse los siguientes: publicaciones regulares de prensa; producción de diez programas de televisión, para explicar al gran público las ventajas de una radiotelevisión de servicio público; entrevistas con personalidades e instituciones; creación de un servicio propio de monitoreo, tanto de gastos públicos como de programación; elaboración y entrega al Congreso de la República de un Proyecto de Ley de Radiotelevisión Pública; estudio crítico-comparativo de las Constituciones Nacionales de otros países (de 15 a 30), en aspectos relacionados con libertad de expresión, pluralismo, servicios públicos, derecho de réplica y otros, con miras a la reforma del Artículo 66 de la Constitución Nacional.

Los resultados de esta Asamblea son, sin lugar a dudas, una buena noticia para Venezuela. El RTSP, como plataforma de opinión y como mecanismo legítimo de presión, se ha ganado por méritos propios un importante espacio en la vida nacional. Desde nuestra revista, nos sumamos al apoyo amplio y, sobre todo, calificado que ha venido recibiendo esta iniciativa que puede llegar a ser trascendental. Lo que está en juego es la democracia.



## LA CADENA NORTEAMERICANA UNIVISION CAMBIA DE DUEÑO

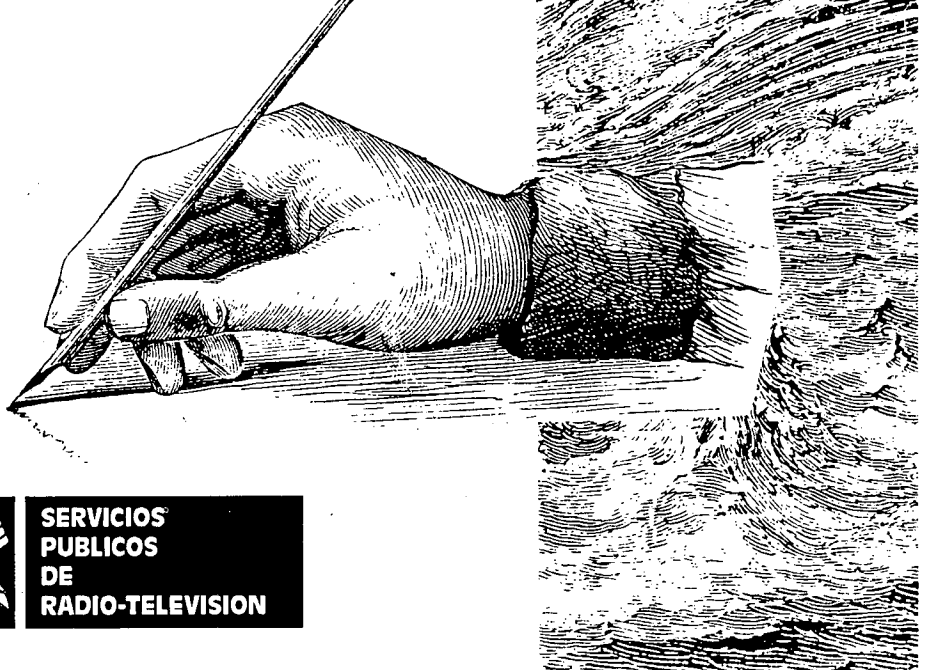
El pasado mes de Abril (1992) la Compañía editorial Hallmark anunció su intención de vender la cadena. Ocho meses después, llenos de negociaciones y trámites oficiales, la Cadena Univisión fue comprada por un grupo de inversionistas, entre los que se encontraban Televisa, de Mejico, Venevisión, de Venezuela (D. Cisneros) y A. Jerrold Perenchio, inversionista norteamericano.

La cadena posee nueve grandes estaciones de televisión en Los Angeles, New York, Miami, San Francisco, Dallas, San Antonio, Albuquerque, Phoenix y Fresno. Además, domina en otras cuatro estaciones de mercados complementarios, al mismo tiempo que mantiene lazos de afiliación con 506 estaciones en norteamérica y el hemisferio occidental.

Gustavo Cisneros, presidente de la junta directiva de la Organización Cisneros, propietaria de Venevisión, manifestó: "Estamos muy complacidos por esta adquisición, en particular por la aceptación que hemos tenido por parte de los Organismos Oficiales de los Estados Unidos y por el apoyo de la comunidad bancaria y financiera internacional, que respondió en apoyo de esta transacción más allá de nuestras expectativas".

Es conveniente señalar que la población hispana en EE.UU. alcanza ya casi el nivel del 10% del total de norteamericanos, con una proyección de crecimiento mayor que el resto. Se afirma que Univisión tiene una audiencia previsible de 21 millones hispanos, con lo que abarcaría la mayoría del mercado latino en ese país.

Para completar su estrategia de comunicación de habla hispana, la Univisión Holdings Inc. es propietaria de una editorial de revistas para los hispanos. Ambos departamentos produjeron ganancias por más de 200 millones de dólares en 1991. A primera vista, el negocio no parece tan malo.



## SERVICIOS PUBLICOS DE RADIO-TELEVISION

El 26 de Enero de 1993 y en los locales de la Casa de Rómulo Gallegos, el Comité por una Radio-Televisión de Servicio Público (RTSP) celebró su primera Asamblea General Ordinaria. A la misma asistieron la casi totalidad de sus miembros activos, entre quienes se encontraban importantes instituciones y personalidades de la vida nacional, pertenecientes a los más variados sectores. El Comité, constituido en "asociación civil sin fines de lucro" el 24 de Octubre de 1991 y con sede en Caracas, tiene como objetivo estatutario único: "Fomentar por medios democráticos y participativos la existencia en el país de servicios públicos radiotelevisivos de alta calidad y utilidad social, suficientes, complementarios y desgubernamentalizados; velar por los intereses de los usuarios de servicios culturales y comunicacionales y, en general, por el carácter republicano y democrático de las iniciativas públicas en el campo de la cultura y de la comunicación".

La Asamblea recibió el informe tanto del estado de cuentas como de las actividades realizadas en el último año por el Consejo Directivo. Asimismo, entre otras decisiones, propuso y encomendó al mismo Consejo (ratificados sus miembros para un nuevo período: Antonio Pasquali, María Teresa Boulton, Elizabeth Safar, Eduardo Pozo, Fernando Rodríguez, Mario Handler y José Ignacio Rey) un plan de acción a ser realizado en el próximo año.

Dentro de ese plan de acción, cabe destacar algunas iniciativas de gran importancia y seguramente de gran trascendencia. Elaboración inmediata y publicación de un documento-balance donde el Comité fije posición sobre asuntos de la mayor importancia y actualidad (definitiva postergación de la reforma constitucional, injustificable dilación en la formulación de una política dignamente nacionalista para el Canal 5 de Venezolana de Televisión; situación actual de la telefonía nacional privatizada, etc.). Promoción de encuentros y realización de entrevistas con gremios y otras asociaciones. Realización de un estudio crítico-comparativo de "constituciones nacionales" de otros países, en aspectos relacionados con libertad de expresión, pluralismo, servicios públicos y derecho a réplica, con miras a la reforma del Artículo 66 de la Constitución venezolana. Elaboración de un Proyecto de Ley de Radiotelevisión Pública, para ser entregado al Congreso de la República. Producción de diez programas de televisión sobre funcionamiento, metas, calidad, financiamiento de los servicios públicos de radio-televisión en otros países del mundo.

Nuestra revista "Comunicación" ha apoyado desde el principio y sigue apoyando el esfuerzo inteligente de ese representativo grupo de venezolanos que trabajan por garantizarle al país un eficiente sistema de servicios públicos, desgubernamentalizados, de radio y televisión. Lo que está en juego es la democracia.



- SCHMUCLER, H. - MATA, M.C. (recopiladores)

**Política y comunicación:**

**¿hay un lugar para la política en la cultura mediática?**

Catálogos, Buenos Aires, 1992

En noviembre de 1991 se realizó en Córdoba (Argentina) el Seminario "Política y comunicación: ¿hay un lugar para la política en la cultura mediática?". El presente libro da cuenta de lo ocurrido en dicho Seminario. Se reproducen en el mismo las diez ponencias que, en forma de breves ensayos, presentaron respectivamente Luis Alberto Quevedo, Silvia Tabachnik, Oscar Landi, Beatriz Sarlo, María Cristina Mata, Christian Ferrer, Héctor Schmucler, Francisco Delich, Nicolás Casullo y Ricardo Forster. Completa el libro un "epílogo" en el que se intenta dar cuenta de las discusiones que se prolongaron luego de cada discusión.

No es posible reseñar aquí en detalle cada una de las ponencias, sobre todo si se tiene en cuenta que las mismas provienen de diversas disciplinas académicas y que abordan el tema central con enfoques y estilos muy diversos también. Sí cabe señalar, con cierta sorpresa, que las ponencias en general reducen de hecho lo "mediático" a la televisión. En relación a las nuevas formas de presentación de la política en el escenario televisivo, nos han parecido particularmente sugerentes los trabajos de Quevedo ("La política bajo el formato televisivo"), Landi ("Proposiciones sobre videopolítica") y Sarlo ("Estética y política: la escena massmediática"). Comentario aparte merecerían los trabajos de Schmucler ("La política como mercado o la desventura de la ética") y de Forster ("Palabras y tormentas").

Schmucler pretende analizar en profundidad, más allá de los aspectos formales, el origen de la nueva cultura mediática y parece encontrarlo en el totalitarismo del mercado. "En lo que sigue —dice Schmucler al comienzo de su ponencia— intentaré decir, primero, que lo efímero, sustancialidad de la cultura mediática que algunos elevan a fundamento mismo de la realidad, es el alma inseparable de un cuerpo: el mercado; y que el mercado es la metafísica ordenadora del mundo de nuestro tiempo. Un

alma que sucumbe cada día en la fugaz existencia de la espectacularidad mediática; un cuerpo que se niega como goce porque está hecho de puro cálculo. Procuraré señalar, igualmente, que la política, en el espacio de lo efímero y del cálculo, sufre el mismo desencanto, la misma desventura, que aquella ética sobre la que había cimentado momentos culminantes de la historia de Occidente".

Forster por su parte, reflexiona sobre si todavía tienen algún papel los intelectuales en la nueva cultura mediática, tomando en cuenta el fenómeno concomitante de la disgregación del lenguaje. "Estas breves consideraciones —dice Forster— quieren en el mejor de los casos desprenderse de las tipologías al uso, de la vacuidad de ese nuevo personaje (el intelectual-periodista) que, atrincherado en los medios y provisto del saber propio del sentido común que trabajosamente ha ido atesorando a través de sesudos y penetrantes análisis de las 'encuestas de opinión', se alza en la escena cultural como el oráculo de nuestra empobrecida y balbuceante contemporaneidad". "Negando sus orígenes —dice Forster más adelante en su ensayo—, dándole la espalda a la idea de la historia como tragedia, desprendiéndose del riesgo de una escritura de los bordes, el intelectual no hará otra cosa que tramitar efectivamente su disolución. Al plegarse a la lógica del mercado —que hoy encuentra en cierto posmodernismo un discurso hecho a medida—, al convertirse en 'comunicador social' o en académico complaciente, el intelectual cierra su propia historia".

En el "Epílogo" del libro quedan aún más en evidencia las diferencias posicionales de los ponentes frente al fenómeno de la nueva cultura mass mediática que pareciera imponerse. A ese respecto y para cerrar la breve reseña de un libro que no dudamos en recomendar, citaremos un párrafo de su "Presentación" que tiene el mérito de definir los términos del debate de fondo, y de situar el problema de los nuevos escenarios mediáticos de la política en su verdadero contexto:

"El predominio de esta nueva cultura ha merecido juicios diversos: algunos ven en ella la realización de los sueños más antiguos y más nobles de la humanidad; otros, en las antípodas, sospechan

que estamos presenciando la claudicación del espíritu que, desde siempre, ha otorgado sentido al vivir humano. En todos los casos, sin embargo, se parte del reconocimiento de dos fenómenos que se ubican en los fundamentos del cambio cultural. Por una parte, resulta evidente que se está construyendo un ordenamiento de la sociedad y de la economía que gira alrededor del manejo de la información; por otra, es igualmente manifiesta la plena expansión de una cultura caracterizada por la presencia de los medios masivos de difusión. 'Sociedad informatizada' y 'Cultura mediática'... interactúan para construir un espacio en el que se reconoce buena parte del quehacer humano y cuya significación —cualquiera sea el valor que se le otorgue— comporta fuertes consecuencias. Todo ha sido o, probablemente, será tocado: la vida colectiva y la de cada individuo; la producción material, el cuidado del cuerpo y las formas de habitar; las relaciones entre los países, en los grupos sociales y en la familia; el concepto de poder, los modos de la guerra y la forma del Estado; el papel de la ciencia y los espacios de la estética; las prácticas de la solidaridad y el amor entre los seres humanos; el lugar de las pasiones y la presencia de lo Divino... En consecuencia, se habla en el Seminario (y en el libro) de una 'cultura mediática' y no del uso más o menos exitoso de los medios para una campaña política; se sugiere que estamos en presencia de una cultura de alcance epocal; se sugiere, en fin, que el cambio en lo político es una manifestación más —aunque ejemplar— de transformaciones globales en el espíritu de la época".

*José Ignacio Rey*

- SAFAR, E. - PASQUALI, A. **Memorias de un país en subasta (I.- La Comunicación Social)** ULA-RTSP, Mérida, 1992.

Venezuela es hoy un país subastado. El gobierno, presionado ciertamente por las multinacionales financieras, ha decidido sacar a oferta, indiscriminadamente, todos los bienes públicos de la nación. A ese proceso de enajenación nacional algunos llaman "privatización". Ya ha sido

venta la Compañía Nacional de Teléfonos (CANTV) y la amenaza de venta se cierne ahora sobre los dos canales públicos de televisión (5 y 8). La Radio Nacional no está por ahora en venta, ya que parece no interesar a nadie en las condiciones lamentables de abandono en que se encuentra. La pobre vive porque no muere. Tampoco hay manera de que se apruebe la Ley de Cine, que reservaría para la nación una pequeña cuota de dignidad en el marco de una industria que de hecho ha estado siempre controlada por intereses foráneos.

"Memorias de un país en subasta" recoge una serie amplia y diversa de "documentos de la resistencia nacional a la cesión de las telecomunicaciones y de la radiotelevisión de servicio público". Los autores de la presente recopilación explican muy bien en el "prólogo" el contexto, las características y, sobre todo, las intenciones de la publicación. Nada mejor que transcribir algunos de sus párrafos.

"La presente colección de artículos, manifiestos, declaraciones y documentos de variada naturaleza, ha sido reunida para dejar testimonio histórico de cómo una parte del país se opuso, entre 1990 y 1992, a la cesión de las comunicaciones públicas nacionales a intereses privados o extranjeros".

"Este episodio de resistencia se produjo en una época turbulenta (escribimos para lectores del año 2010 ó 2050, confiando que sobreviva ese supremo ejercicio de la inteligencia que es la lectura); en una época en que se derrumbaron los socialismos reales del Este del mundo, señoreó el capitalismo mercantil como modelo universal de desarrollo y América Latina, agobiada por una deuda de 500.000 millones de dólares, tuvo que someterse al desalmado dictamen de los organismos reguladores de la finanza internacional. Sucedió en aquellos años que las contiendas electorales en México, Argentina, Venezuela, Colombia, Jamaica, Costa Rica, Ecuador, Perú, Chile y Brasil (ganadas por partidos que fueran de centroizquierda, populares y hasta populistas) llevaron al poder a unos Presidentes que, el día mismo de su investidura, se quitaron el disfraz político con que habían ganado las elecciones, y revelaron a sus atónitos conciudadanos que la salvación de sus países exigía irremediable obediencia a la ortodoxia económica de los países acreedores..."

"De poco o nada valieron entonces las protestas de quienes intentaron ope-

nerse. La aviación civil, los puertos y astilleros, las telecomunicaciones, los hoteles, bancos, centrales azucareros, estaciones televisoras públicas y hasta ciertas frecuencias de uso militar, fueron vendidos al mejor postor, cedidos a la empresa privada o cerrados. ¿Con qué argumentos y principios ético-políticos trataron algunos de oponerse a aquel delirio de remate. Tal vez podamos reducirlos a los cuatro siguientes:

1. Que la función del Estado, en un país en desarrollo como Venezuela, estaba lejos de haberse agotado, como tal vez en otras latitudes y bajo otros indicadores de riqueza y progreso...

2. Que era absolutamente cierto, y de toda gravedad, el hecho de que los bienes, infraestructuras y servicios públicos habían sido objeto (con excepciones) de mala y pésima administración, robos, sobornos, prevaricaciones, peculados y nepotismos por parte de administraciones públicas absolutamente corruptas, desde las más altas cúpulas y cogollos hasta el portero; pero que esa vergonzosa verdad no autorizaba el desmantelamiento del Estado, sino acaso una terapia radical para más eficiencia y honestidad del aparato público...

3. Que era inútil y hasta pernicioso tratar de imitar países de alto desarrollo que impulsaban privatizaciones, porque ellos controlaban la tecnología y el "saber hacer", tenían mejores tradiciones de honestidad, y sus Estados habían previa y equitativamente distribuido al ciudadano —trámite la intervención pública— riquezas y servicios, lo que no era el caso de Venezuela...

4. Que el país, harto de la pésima calidad de los servicios radiotelevisivos privados, y quejándose a justo título de un servicio público que no lo garantizaba un contrapeso de calidad, no aceptaría el traspaso de los Canales 5 y 8 de televisión a quienes ya controlaban, con mano pesada, la parte preponderante de las frecuencias. Lo de la hartura no es un adjetivo: una encuesta de la Asociación Nacional de Televidentes de julio de 1990, había mostrado que el 97.7% de los venezolanos, expresaban alguna insatisfacción hacia la televisión comercial..."

"Quienes se opusieron en Venezuela, entre 1990 y 1992, a esta primera entrega de bienes y servicios públicos del vital sector de comunicaciones, estimaron que ella abriría arteralmente las puertas de la ciudadela nacional a otras y más profundas dependencias. También opinaron que la periferia subdesarrolla-

da de los grandes imperios económicos-políticos debía oponer alguna resistencia a las "globalizaciones" que vendrían a aplanar diversidades, identidades y soberanías. Ustedes, lectores del futuro, dispondrán de la Historia, que no miente, para verificar si les asistió alguna razón".

Por todo lo anterior, esta nueva y sencilla publicación (que, bajo el mismo título, promete nuevas entregas) tiene un extraordinario valor testimonial. Pero no queda ahí su mérito. Es también un reto y una propuesta, porque la batalla por una radiotelevisión de servicio público aún no está perdida. Precisamente Safar y Pasquali forman parte de un amplio Comité (RTSP) que lleva dos años de activa presencia en y hacia la opinión pública. Se trata de seguir convocando más y más voluntades. Sólo así la nación no dejará de tener medios propios que —más allá de comercializaciones y gubernamentalizaciones— garanticen un flujo libre de informaciones y de opiniones no mediatizadas. No es poco lo que se juega en esa lucha.

*José Ignacio Rey*

## • Un mamífero comunicólogo

Intoxicados como estamos de publicaciones de baja ralea y sospechosa reputación, regodeadas en más de lo mismo sobre comunicación, algunos tuvimos la vaga convicción borgiana de volver a los clásicos. No acercarnos jamás a una librería y mucho menos comprar un libro, ya que su costo y las pocas incorporaciones al debate dejaban exhausto el bolsillo y la imaginación.

Con tal desesperanza andábamos, tratando de erosionar, de hacer un ejercicio de exorcismo a la siembra de desesperanza de tanto y tan malo de la mentada industria cultural, cuando un elefante nos sorprende.

Nadie es perfecto, un vicio es un vicio. Una forma de muerte lenta bien administrada y largamente postergada... Así que, de nuevo a la librería. Y... ¡Oh Sorpresa! Dos elefánticos grises, uno grande, otro pequeño, como diositos del Asia Menor, dan la buena nueva. Vienen cargados de autores con referencias y estímulos para seguir leyendo. Es para sorprenderse. El escándalo consiste en la iniciativa editorial de GEDISA, y se llama Serie "El Mamífero Parlante". Atinado nombre para un par de paquidermos con condiciones de habla y con competencias comunicativas. El ideador de esta idea: el célebre maestro Eliseo Verón.

Bueno, a lo hecho pecho. Compras nerviosas de libros y de elefanticos, cine, cultura, modas y masas, semiótica, teoría política y opinión pública y hasta el fantasma texanocanadiense del malhumorado pero optimista de Mac Luhan, desfilan por el circo de las representaciones y de los discursos ofrecidos por Verón.

La presentación escrita de Eliseo es pobre, la colección es mejor. Entre gustos y colores (el aburrido lector conoce el resto), me atreveré a hacer algunas recomendaciones orientadas por el buen gusto. **Juegos Modas y Masas** de Paul Yonnet, nos pasea por los estadiun, las carreras de caballos, la lotería francesa y hasta la moda del blue jeans, para intentar un análisis de la cultura y de la democracia industrial, como él la llama.

Dos libros de Verón que no podían faltar, **La Semiosis Social**, sobre la producción y circulación social de los discursos, y luego, otra vez, **Construir el acontecimiento**. De como los medios crean realidad con pertinencia y competencia de verdad, eso que los periodistas despistados llaman actualidad, como que todo los días pasara algo digno de ser mencionado. Allí, creo, hay algunas pistas para una semiótica de los medios masivos.

La cultura como dimensión tribal es la **Travesía por Los Jardines de Luxemburgo** de Marc Augé. Volumen que acompaña de **El Viajero Subterráneo, Un Etnólogo en el Metro** (de París, por supuesto), aquí hay de todo, desde lo que significa el como usar el metro, las imágenes subjetivas y antropología urbana. Pierre Bordieu, sigue asolando a la

comarca con un nuevo libro (ya no tan nuevo), **Cosas dichas**. Análisis de la obra cultural, la discusión sobre la dimensión estética de la modernidad. Pero no se angustien hay para todos. Juegos de lenguaje, actos de habla, razón comunicativa y ética del discurso, son algunos dispositivos teóricos de los que gustan los Habermasianos. En **Teoría política y comunicación**, Jean-Louis La Barrière, Cristian Lazzeri y otros, quieren saber hasta qué punto estos conceptos creados al interior de cierta pragmática de la conversación pueden dar cuenta de los fenómenos políticos y de la cultura de masas. Como funciona y se constituye lo político y qué mecanismos y valores fundan la democracia de masas.

Sigamos adelante. Hay más títulos, me conformaré sin embargo con las referencias apuntadas. Pensar la comunicación, acercarse a la dimensión de los cambios tecnológicos de lo que llamará Guatari "los dispositivos maquínicos de la gran cultura", no es cosa fácil, pero sí anuncia una discusión entretenida para sobrellevar el aburrimiento del fin de siglo. Pensar lo impensado lleva rato. A falta de imaginación, buenas lecturas.

*Juan Barreto*

- **Propiedad intelectual y desarrollo tecnológico**  
Varios Autores  
Monte Avila Editores (194 pp)

Este libro recoge las conferencias dictadas en el marco del Primer Seminario Nacional de Propiedad Intelectual y

Desarrollo Tecnológico que se llevó a cabo en 1991. Los compulsivos avances en materia de ciencia y tecnología han puesto en evidencia que la legislación vigente en el país no puede responder a los requerimientos que tienen, tanto la industria como nuestros centros de investigación, de proteger sus innovaciones tecnológicas. Un texto que intenta dar a conocer los derechos del hombre sobre los resultados de su esfuerzo intelectual, así como su incidencia en el desarrollo industrial de Venezuela.

- **América Latina (Alternativas para la democracia)**  
Juan Carlos Rey, Julia Barragán y Ricardo Hausmann  
Colección Perspectiva Actual  
Monte Avila Editores (113 pp)

La crisis política, económica, social y ética que atraviesa Latinoamérica, y que deteriora la incipiente estructura democrática que se vino forjando desde la segunda parte de este siglo, suscita diversas reflexiones y preocupaciones en todos los ámbitos del debate teórico. Investigadores del Instituto Internacional de Estudios Avanzados (IDEA), del Doctorado de Ciencias Jurídicas y Políticas de la UCV y del IESA, intentan analizar las causas de esta crisis y proponen soluciones teóricas desde diferentes perspectivas, para consagrar las bondades del auténtico juego democrático, signado por la participación y la conformación de una ética pragmática en la gestión pública.

## I ENCUENTRO TALLER DE TELEVISIONES REGIONALES DE IBEROAMERICA

Gloria Mercedes de Urdinola  
Alberto García Ferrer  
Fernando Calero Aparicio

En Cali (COLOMBIA), del 24 al 28 de noviembre de 1992, se reunieron en las instalaciones del CIAT convocados por Telepacífico y el Instituto de Cooperación Iberoamericana del Ministerio de Relaciones Exteriores de España (ICI) los siguientes representantes de diferentes canales regionales e instituciones así:

### Canales Regionales:

- México
- 1. Radio y TV de Guerrero: Laura Jarque
- 2. Radio y T.V. Mexiquense: Arturo Bernal
  
- Venezuela
- 1. Televisora Regional del Táchira (TRT): José Avendaño
  
- Bolivia
- 1. Antena 1 -Canal 6- Cochabamba: Mauricio Méndez
  
- Argentina
- 1. Canal 10 - Córdoba: Jorge Neder
  
- Ecuador
- 1. Manavisión: Jorge Maldonado, Patricio Navarrete
  
- Colombia
- 1. Teleantioquia: Marta Lucía Gómez, Luz Amalia Camacho
- 2. Telecaribe: Jaime Abello Banfi, Eduardo Martínez Bustamante
- 3. Telecafe: Fabio Olmedo Palacio, Luis Fernando Cardona
- 4. Telepacífico: Gloria Mercedes Martínez de Urdinola, Juan Armandó Sinisterra

### Otras Entidades:

*Unesco - Quito:* Alejandro Alfonso - Asesor Regional para las Comunicaciones.

*Instituto de Cooperación Iberoamericana de Costa Rica:* Clara Ballesteros

*Ciedesco Venezuela:* Juan Manuel Matos

*Consejo Nacional para la Cultura y las Artes de México:* Javier Arévalo

*Televidéas de Argentina:* Roberto Vacca

### Coordinadores del Encuentro:

*Instituto de Cooperación Iberoamericana:* Alberto García Ferrer

*Telepacífico:* Gloria Mercedes de Urdinola, Calero Aparicio

### Expertos invitados:

Tomás Bethencourt, Director Instituto Oficial de Radio y T.V. Española.

Alejandro Gómez Lavilla: Director de Promoción y Comunicación de Radio Televisión Española.

César Gerbasi: Representante de Hispasat S.A.

Norberto Gallego: Secretario General de la Asociación de T.V. Educativa Iberoamericana.

Así mismo, en calidad de observadores, participaron diferentes funcionarios, periodistas y productoras vinculadas al canal regional Telepacífico.

Como resultado de las deliberaciones en plenaria y en mesas de trabajo se formularon las siguientes conclusiones y recomendaciones.

### I Satélite:

1. Establecer la situación legal de los distintos países para operar en forma directa la transmisión satelital para T.V. Formular mediante cuestionario la averiguación correspondiente.
2. Elaborar un inventario de estaciones terrenas de subida de señales a satélite en los países de Iberoamérica.
3. Determinar mapas y condiciones técnicas y geográficas de acceso a satélites para subida de señal a los siste-

mas INTELSAT, PANAMSAT BRASILSAT, HISPASAT y MORELOS.

4. Registrar las señales de T.V. internacionales disponibles para recepción en territorio Iberoamericano, indicando tipo de acceso y mapas de cubrimiento.
5. Establecer una red de información sobre oferta, costos- tecnologías y alternativas de contratación de servicios y equipamientos satelitales.
6. Dirigir comunicación a Hispasat agradeciendo su participación, reiterándole el interés en sus servicios y solicitándole información permanente.
7. Gestionar reducción de tarifas para uso de satélites ante las administraciones nacionales de telecomunicaciones.
8. Intercambiar información sobre legislación de televisión, satélite y cable.

### II. Tecnologías

1. Elaborar informes por países sobre equipamiento técnico de los canales regionales de televisión de Iberoamérica, con miras a la formulación de recomendaciones sobre estándares básicos.
2. Promover consultorías técnicas con la participación de RTVE e ICI, incluyendo asesoramiento sobre planes de frecuencia en los países que lo requieran.
3. Realizar una evaluación de posibilidades de establecimiento de servicios alternos, anexos o de valor agregado (peritelevisión), soportados en las redes de transmisión de los canales regionales de televisión de Iberoamérica.
4. Organizar un archivo de innovaciones y apropiación de tecnologías, e iniciativas técnicas de bajo costo.
5. Estructurar un sistema de información sobre tecnología, costos y alter-

nativas de adquisición, arriendo y utilización de equipos de producción, post-producción, estudios, transmisión por microondas y radiación de televisión.

6. Activar relaciones con fabricantes de equipos de las marcas más utilizadas en Iberoamérica para efectos de entrenamientos, compras conjuntas de equipos y repuestos, y otras ventajas.

### III. Entrenamiento

1. Convocar un curso de formación integral en gerencia, recursos humanos y televisión regional en Madrid en 1993, con el Instituto Oficial de Radio y Televisión de España. (IORTVE)
2. Solicitar a IORTVE que dé cabida a solicitudes presentadas por organismos de televisión regional de Iberoamérica para participar en los cursos previstos en su plan de estudios para 1993.
3. Coordinar actividades de capacitación con centros de entrenamiento nacionales e internacionales ubicados en países de Iberoamérica, entre otros CIESPAL en Quito.
4. Intercambiar en forma permanente material didáctico e información sobre planes de estudio de los cursos aprobados por las autoridades de educación en España y otros países.
5. Organizar en forma conjunta con IORTVE cursos especializados en América Latina.
6. Proponer el siguiente listado tentativo de prioridades en materia de capacitación:
  - Panorama tecnológico y toma de decisiones sobre satélites y equipos de producción, orientado a no-especialistas.
  - Producción y realización de programas informativos.
  - Transmisiones en directo con multicámara.

- Formación técnico-artística en dirección de cámaras.
- Mercadeo e imagen corporativa.
- Técnicas de programación competitiva.
- Operación y mantenimiento de equipos de producción y transmisión.

### Red de Información y Archivo

1. Realizar y editar un directorio de las televisiones regionales de Iberoamérica que incluya la siguiente información:
  - Nombre del Canal
  - País.
  - Dirección, teléfonos y Fax.
  - Perfil descriptivo del canal.
  - Cobertura geográfica.
  - Audiencia potencial.
  - Equipos de transmisión y recepción.
  - Equipos de producción.
  - Situación del Archivo audiovisual.Responsable: TELEPACIFICO  
15 de diciembre de 1992: envío ficha TV regionales.  
30 de enero de 1993: recordatorio.  
1 de marzo de 1993: último aviso  
15 de marzo de 1993: fecha tope de respuesta  
Nombrar un representante por cada país que se comprometa a remitir la ficha de su canal y a centralizar la del resto de las TVs regionales de su país.
2. Editar un boletín trimestral. El primer número, debe incluir las memorias del Encuentro y alguna otra información adicional de interés general. Este deberá publicarse a más tardar en junio de 1993. Se debe intentar ante Unesco un posible patrocinio. Así como también, lograr el compromiso de las televisiones regionales en la revisión periódica de información.
3. Sistematizar, garantizar y conservar

la operatividad de los archivos audiovisuales:

- Disponer de personal especializado: documentalista.
  - Disponer del espacio físico adecuado.
  - Elaboración del catálogo actualizado de sus fondos.
  - Catalogación puntual de las novedades, con miras a su publicación en el boletín.
4. Solicitar al ICI y a IORTVE cursos de capacitación para documentalistas y funcionarios de archivos orientados a resolver sus problemas: Universalización de lenguajes, conservación etc. Así mismo se consultará a la OEA sobre la viabilidad de dictar un curso especializado en la materia.
  5. Crear una secretaría de organización y otra de información.

### Programación Coproducción y Distribución

1. Incrementar la producción y emisión de programas de origen regional, entendiéndose por regional la zona de influencia de cada canal.
2. Promover la difusión de programas de origen Iberoamericano haciendo énfasis en la producción realizada por las estaciones miembros de esta organización.
3. Implementar el desarrollo de una metodología de medición de audiencia especialmente diseñada para canales regionales.
4. Promover encuentros e intercambios de programadores regionales buscando compartir conceptos y experiencias de programación.
5. Expresar nuestro beneplácito por el nacimiento de la televisión educativa y buscar mecanismos de cooperación mutua.
6. Realizar un catálogo de las producciones existentes y darlo a conocer a los otros canales.

7. Promover la transmisión de un especial Iberoamericano en un determinado día, lo que se repetirá anualmente.
8. Diseñar un nombre y un logo que identifique la asociación.
9. Crear base de datos sobre: Programas disponibles especificando: ficha técnica, normas técnicas y formatos.
10. Crear mecanismos de intercambio y de comercialización de materiales existentes.
11. Crear un espacio periódico y permanente en cada canal para emitir programas originados en los canales miembros de esta organización.
12. Los canales miembros promoverán desde ahora acuerdos de cooperación mutua en los diversos géneros de programación que incluya aspectos técnicos y de producción.
13. Manejar la imagen corporativa inicial así:
  - Producir un comercial (spot publicitario) para anunciar el nacimiento de la asociación. Este deberá transmitirse por todos los canales miembros.
  - Realizar un saludo de Navidad y Año Nuevo.
14. Incentivar coproducciones entre los canales regionales miembros de la asociación.
15. Generar mecanismos y proyectos para desarrollar en el marco de la asociación, incluyéndose un banco de temas.
16. Buscar recursos propios para la financiación de proyectos de coproducción.
17. Crear base de datos que incluya recursos técnicos, humanos, de comercialización, formatos y transcodificadores.
18. Participar colectivamente en la producción de una serie de tal forma que cada canal realiza un sólo programa y tiene derecho a la transmisión de la serie completa.
19. Incentivar la realización de programas con base en archivos disponibles.
20. Producir un programa de 20 ó 25 minutos que hable de cada país. Así mismo se convino en el marco del Encuentro:
  - Designar a Cali (Telepacífico) como sede de la Asociación.
  - Nombrar a Fernando Calero Aparicio como Secretario Ejecutivo de la misma.
  - Se conformó un Consejo Ejecutor integrado por:
    - Alberto García Ferrer del ICI
    - Jose Avendaño de T.V. Regional

del Táchira Venezuela

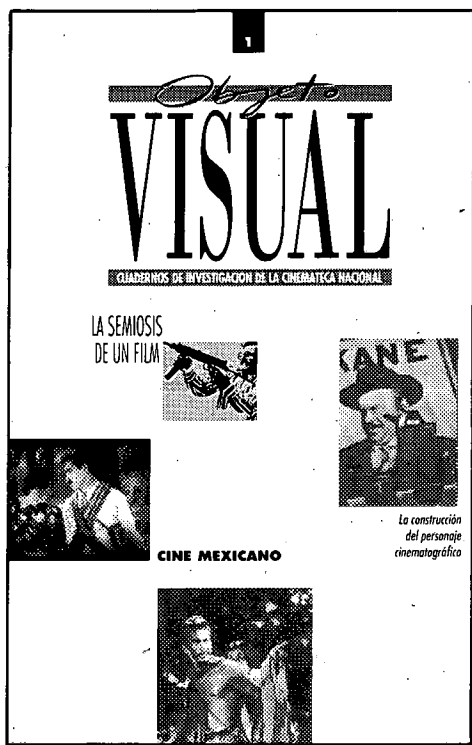
- Mauricio Méndez, Antena Uno, Canal 6, Cochabamba Bolivia
- Jorge Neder, Canal 10 de Córdoba Argentina
- Jorge Maldonado de Manavisión Ecuador
- Arturo Bernal de Radio y Televisión Mexiquense México
- Jaime Abello de Telecaribe Colombia
- Gloria Mercedes Martínez de Urdinola de Telepacífico Colombia

Por unanimidad se agradece la presencia y decidida vinculación del doctor Alejandro Alfonzo de Unesco Ecuador, quien ha ofrecido todo su apoyo para la consolidación y fortalecimiento de la red de televisiones regionales de Iberoamérica.

Por último los participantes convinieron en realizar el próximo Encuentro antes de agosto de 1993, ofreciéndose como posibles sedes los países de México, Argentina y Bolivia. Esta decisión será evaluada por el Consejo Ejecutor, quien tiene la facultad de decidir sobre el particular. Para constancia se firma en Cali a los veintisiete (27) días del mes de noviembre de mil novecientos noventa y dos (1992) por los coordinadores del Encuentro.

---

# Un espacio de reflexión para la imagen en movimiento



Nº 1

Octubre - Noviembre - Diciembre 1992

CINE. MEMORIA Y CULTURA  
Tulio Hernández

LAS MITOLOGIAS DEL CINE MEXICANO  
Carlos Monsiváis

LA CONSTRUCCION DEL  
PERSONAJE CINEMATOGRAFICO  
Frank Baiz

DEL REFERENTE CINEMATOGRAFICO  
A LA CONFIGURACION DE VERSIONES  
Luisela Alvaray

LA SEMIOSIS DE UN FILM  
Rosaura Blanco

ESTADISTICAS CINEMATOGRAFICAS  
Abigail Martínez

PROYECTO DE LEY DE CINE

RESEÑAS DE LIBROS

UNA PUBLICACION DE LA

FUNDACION  
**Cinemateca Nacional**

ENSAYOS • ESTUDIOS • DOCUMENTOS

COMUNICACION

# DIA·LOGOS

## DE LA COMUNICACION

REVISTA TEORICA DE LA FEDERACION LATINOAMERICANA  
DE ASOCIACIONES DE FACULTADES  
DE COMUNICACION SOCIAL  
**FELAFACS**

Oficina de Redacción: Apartado aéreo 180097.  
Teléfono: 754487 Fax: (5114) 754487  
LIMA PERU

# CUANDO LOS MEDIOS SON EL FIN

**Antonio Pasquali**  
en Monte Avila:

Comprender la comunicación  
Comunicación y cultura de masas  
La comunicación cercenada  
El orden reina

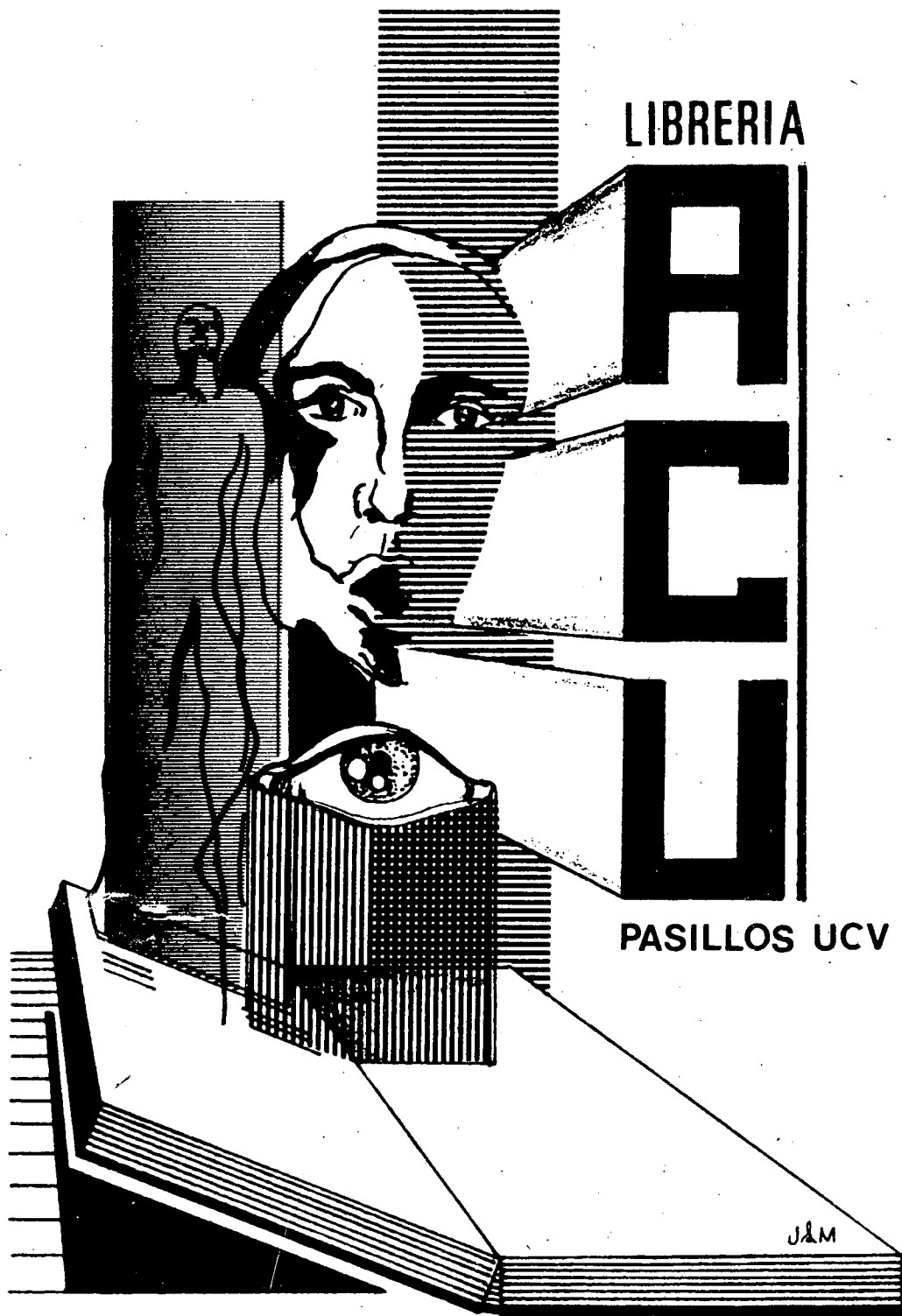


Monte Avila Editores Latinoamericana  
Av. principal de La Castellana, Quinta Cristina.  
Telfs: 263.85.08 - 32.60.20 Fax: 263.87.83 - 33.75.26





**PUBLICIDAD**



**TEXTOS Y PUBLICACIONES  
DE COMUNICACION SOCIAL**

**COMUNICACION**

**DOSSIER**  
**DOSSIER comunicación DOSSIER**  
**DOSSIER**

**INDICE**  
**1975-1992**

**DOSSIER**

## REGISTROS POR ORDEN DE INGRESO

- 1 Penetración de las Transnacionales de la Información en la Prensa de América Latina y Venezuela  
**Bisbal, M.**; 18, 1978, 28-40  
AGENCIA DE NOTICIAS \* CIRCULACION DE LA INFORMACION
- 2 La Integración Informativa de América Latina.  
**Aguirre, J. M.**; 30/31, 1981, 5-21  
AGENCIA DE NOTICIAS
- 3 Contenidos Temáticos de ALASEI UNESCO; 30/31, 1981, 65-74  
AGENCIA DE NOTICIAS \* UNESCO
- 4 Guatemala: la Historia de la sin Razón.  
**Oliveros, G.**; 39, 1982, 85-87  
INFORMACION \* POLITICA
- 5 Censura y Discriminación Cultural.  
**Castillo, M. T. y otros**; 37, 1982, 100-101  
LIBERTAD DE EXPRESION
- 6 25 Años de Censura y Democracia en Venezuela.  
**Brito, B. y Bisbal, M.**; 40, 1982, 10-27  
LIBERTAD DE EXPRESION \* CENSURA \* DEMOCRACIA
- 7 El Poder Judicial y la Censura: el Caso Ledezma.  
**Perdomo, G.**; 40, 1982, 39-44  
LIBERTAD DE EXPRESION \* CINE
- 8 Los Propietarios de la Libertad Prensada.  
**Tremonti, F.**; 30/31, 1981, 57-61  
LIBERTAD DE PRENSA \* ASPECTO ECONOMICO \* EMPRESA
- 9 María Eugenia Díaz y la Libertad de Expresión.  
**Alcalá, G. y Naranjo, R.**; 40, 1982, 28-38  
LIBERTAD DE PRENSA \* PERIODISMO \* LEGISLACION
- 10 Las Transnacionales de la Comunicación en Números.  
**Equipo Comunicación**; 18, 1978, 72-85  
MONOPOLIO \* IMPERIALISMO \* ESTADISTICAS \* TECNOLOGIA
- 11 Investigación sobre la Información Religiosa.  
**Uranga, W.**; 23/24, 1979, 70-106  
AGENCIA DE NOTICIAS \* RELIGION \* ANALISIS DE CONTENIDO
- 12 El Humor de los Venezolanos.  
**Carias, R.**; 38, 1982, 19-22  
HUMORISMO
- 13 Proyectos de Nuevas Agencias Latinoamericanas de Noticias.  
**Brito, B.**; 30/31, 1981, 22-31  
AGENCIA DE NOTICIAS
- 14 Desarrollo de la Informática en América Latina a través de la Cooperación Regional.  
**Anselmi, J. C.**; 46, 1984, 26-36  
INFORMATICA \* INTEGRACION
- 15 Geopolítica de las Agencias Informativas Transnacionales.  
**Bisbal, M.**; 39, 1982, 18-31  
AGENCIA DE NOTICIAS \* IMPERIALISMO
- 16 Distorsión Económica de la Publicidad.  
**Martínez Terrero, J.**; 3, 1978, 4-15  
PUBLICIDAD \* ASPECTO ECONOMICO
- 17 Crónica de algunas Encuestas Preelectorales (1976-1977).  
**Aguirre, J. M.**; 16, 1977, 58-75  
ASPECTO POLITICO \* OPINION PUBLICA
- 18 Niños: Los Grandes Marginados de la Cultura Literaria en Venezuela.  
**Villalba, J.**; 21, 1979, 54-64  
NIÑO \* LITERATURA
- 19 El Periodismo de Catatumba.  
**Rostrán, F.**; 25/26, 1980, 23-28  
PERIODISMO \* POLITICA \* DICTADURA
- 20 El Salvador: las Elecciones en los Cables Internacionales  
**Zapatá, J. C.**; 39, 1982, 72-75  
AGENCIA DE NOTICIAS
- 21 Contenido Valorativo de la Publicidad Comercial en las Revistas Femeninas.  
**Alcalá, A. M.**; 3, 1975, 54-63  
ANALISIS DE CONTENIDO \* MUJER \* PUBLICIDAD
- 22 «Valores Transmitidos por la Serie Pedagógica «Sopotocientos»»  
**Delgado, C.**; 13, 1977, 20-33  
ANALISIS DE CONTENIDO \* IDEOLOGIA \* NIÑO \* TELEVISION
- 23 La Voz de Catia  
**Bisbal, M.**; 12, 1977, 35-44  
ANALISIS DE CONTENIDO \* PRENSA
- 24 El Fenómeno de la Marginalidad en tres Películas Venezolanas.  
**Trigo, P.**; 12, 1977, 52-69  
ANALISIS DE CONTENIDO \* CINE \* CLASE SOCIAL
- 25 Folklore y Cultura de Masas.  
**Silva, L.**; 2, 1975, 46-51  
CULTURA \* FOLKLORE
- 26 Distorsión Informativa sobre el Sector Popular de Catia.  
**Aguirre, J. M.**; 12, 1977, 70-87  
ANALISIS DE CONTENIDO \* PRENSA \* ESTEREOTIPOS
- 27 Comunicación Alternativa y Comunicación Popular.

- Rey, J. I.**; 28/29, 1980, 5-8  
COMUNICACION ALTERNATIVA \* COMUNICACION POPULAR
- 28 Prensa Comunitaria en el Brasil.  
**Marques de Melo, J.**; 28/29, 1980, 69-75  
COMUNICACION ALTERNATIVA \* PRENSA \* COMUNIDAD
- 29 La Prensa Alternativa en Chile.  
**Richards, J. A.**; 28/29, 1980, 76-93  
COMUNICACION ALTERNATIVA \* PRENSA
- 30 Sobre la Comunicación Alternativa.  
**Arrieta, M.**; 28/29, 1980, 94-97  
COMUNICACION ALTERNATIVA
- 31 Otra Imagen, Otra Mujer.  
**Fuentes, E.**; 37, 1982, 89-90  
MUJER \* ESTEREOTIPO
- 32 Sobre la Prensa de Provincia en Venezuela.  
**Bisbal, M.**; 14, 1977, 31-55  
ANALISIS DE CONTENIDO \* PRENSA \* PROVINCIA
- 33 Ley General Provisional sobre los Medios de Comunicación en Nicaragua.  
**La Junta de Gobierno de Reconstrucción Nacional De La República de Nicaragua.**; 25/26, 1980, 95-113  
LEGISLACION \* POLITICA DE LA COMUNICACION
- 34 ¿Nuevo Periodismo o Nuevo Producto?.  
**Angulo, L.**; 37, 1982, 5-12  
SEMIOLOGIA \* LENGUAJE \* PERIODISMO
- 35 Más Allá de la Técnica.  
**Orozco, E.**; 33/34, 1981, 58-60  
TECNOLOGIA \* PERIODISMO
- 36 El Amparo : la Subversión Discursiva de la Verdad  
**Aguirre, J. M.**; 65-66, 1989, 5-22  
ANALISIS DE CONTENIDO \* SEMIOLOGIA \* POLITICA
- 37 Resoluciones de la IV Convención Nacional del C.N.P.  
**C.N.P.**; 39, 1982, 108-111  
TECNOLOGIA \* CNP \* PERIO-
- DISTAS
- 38 Mensajes de los Medios para el Público Infantil.  
**Bisbal, M.**; 21, 1979, 4-22  
ANALISIS DE CONTENIDO \* NIÑO
- 39 Promesas de los Candidatos de AD y Copei como Armas de Motivación Electoral.  
**Equipo Comunicación**; 22, 1979, 4-26  
ANALISIS DE CONTENIDO \* PROPAGANDA POLITICA
- 40 Un modo de Producción Cinematográfica.  
**Anzola, A. J.**; 27, 1980, 42-44  
CINE \* EMPRESA \* COOPERATIVA
- 41 La Conferencia de Puebla en los Cables Internacionales: el Caso Venezolano.  
**Aguirre, J. M.**; 23/24, 1979, 23-70  
ANALISIS DE CONTENIDO \* RELIGION \* AGENCIA DE NOTICIAS
- 42 II Encuentro de Investigadores de la Comunicación Colectiva.  
**Equipo Comunicación**; 2, 1975, 41-46  
INVESTIGACION \* CULTURA
- 43 Investigaciones en la Provincia sobre Medios Masivos.  
**Equipo Comunicación**; 14, 1976, 62-78  
INVESTIGACION \* PROVINCIA
- 44 «Paul F. Lazarsfeld y «El Pueblo Elige»».  
**Azurmendi, J. F.**; 16, 1976, 76-88  
INVESTIGACION \* PROPAGANDA POLITICA
- 45 Niños: Los Grandes Marginados de la Cultura Literaria en Venezuela.  
**Villalba, J.**; 21, 1979, 54-64  
LECTORIA \* NIÑO \* LIBRO
- 46 Mecenazgo por Asalto.  
**Alvarez, F.**; 2, 1975, 19-28  
LEGISLACION \* CULTURA
- 47 Riobamba en la hora de América Latina.  
**Reyes Matta, F. y Roncagliolo, R.**; 23/24, 1979, 125-147  
ANALISIS DE CONTENIDO \*
- RELIGION \* IGLESIA
- 48 Resultados y Gastos Electorales: Resumen Estadístico.  
**Aguirre, J. M.**; 44, 1984, 102-107  
ENCUESTA \* PROPAGANDA POLITICA \* ASPECTO ECONOMICO
- 49 Ley de Cine.  
**Izaguirre, R.**; 6, 1976, 16-24  
LEGISLACION \* CINE
- 50 Expedientes Policiales a Periodistas.  
**Pérez Vivas, P. J.**; 37, 1982, 91-100  
LIBERTAD DE EXPRESION \* PERIODISTAS
- 51 El Conformismo Revoltoso de la Canción Popular.  
**Mattelart, M.**; 4, 1975, 53-69  
MUSICA \* COMUNICACION POPULAR
- 52 Notas sobre la Industria Cultural de la Música en Venezuela.  
**Aguirre, J. M.**; 32, 1981, 5-24  
MUSICA \* INDUSTRIA CULTURAL
- 53 La Industria Cultural Arremete con la Salsa.  
**Díaz, A.**; 32, 1981, 25-32  
MUSICA \* INDUSTRIA CULTURAL
- 54 Política y Financiamiento.  
**Bisbal, M.**; 27, 1980, 15-21  
ASPECTO ECONOMICO \* CINE
- 55 La Televisión y sus Públicos.  
**Bisbal, M.**; 17, 1978, 20-32  
TELEVIDENTE \* TELEVISION
- 56 El Centro de Televisión Educativa de la Universidad del Zulia.  
**Universidad del Zulia**; 13, 1977, 84-92  
TV-EDUCATIVA \* UNIVERSIDAD
- 57 El Mundo del Comic.  
**Rondón, C. M.**; 9, 1976, 4-11  
TIRA COMICA \* COMIC
- 58 Los Egresados de Comunicación Social y las Fuentes de Trabajo.  
**Equipo Comunicación**; 7, 1976, 35-42  
ESCUELA DE PERIODISMO \*

## UNIVERSIDAD

- 59 La Etica de la Comunicación en su Contexto Socio-Político.  
**Rey, J. I.**; 8, 1976, 4-13  
ETICA PROFESIONAL \* POLITICA
- 60 El Humorismo y la Literatura en Venezuela.  
**Urriola, J. S.**; 38, 1982, 49-52  
HUMORISMO \* LITERATURA
- 61 Otra Dimensión del Humor: a Propósito de la Cátedra del Humor.  
**Torres, I.**; 38, 1982, 53-58  
HUMORISMO
- 62 La Conferencia Cumbre de los Países No Alineados en la Prensa Venezolana.  
**Suárez, V.**; 28/29, 1980, 66-68  
ANALISIS DE CONTENIDO \* PRENSA
- 63 Tecnología y Mito Popular.  
**Ortiz, Z.**; 33/34, 1981, 47-50  
ANALISIS DE CONTENIDO \* IDEOLOGIA \* MITO \* TECNOLOGIA
- 64 El Caso Jamaica.  
**Landis, F.**; 39, 1982, 47-71  
ANALISIS DE CONTENIDO \* IDEOLOGIA \* PROPAGANDA POLITICA
- 65 La Imagen de Venezuela en la Prensa de Guyana.  
**Cáceres de Pefaur, B.**; 39, 1982, 88-96  
ANALISIS DE CONTENIDO \* ESTEREOTIPO
- 66 Geopolítica de las Agencias Informativas Transnacionales.  
**Bisbal, M.**; 39, 1982, 18-31  
AGENCIA DE NOTICIAS \* IMPERIALISMO
- 67 Función Ideológica de los Medios Masivos y Búsqueda de Alternativas.  
**Equipo Comunicación**; 35/36, 1981, 57-58  
CONCIENTIZACION \* IDEOLOGIA \* COMUNICACION ALTERNATIVA
- 68 Para una Crítica del Problema de la Cultura en el Marxismo Tradicional.  
**Lanz, R.**; 2, 1975, 11-12

## CULTURA \* MARXISMO

- 69 La Manipulación Informativa en el Diferendo sobre el Golfo de Venezuela.  
**Brito, B.**; 39, 1982, 97-102  
ANALISIS DE CONTENIDO \* POLITICA \* INFORMACION
- 70 Publicidad sobre Cine en Venezuela.  
**De La Nuez, S.**; 27, 1980, 37-41  
CINE \* PUBLICIDAD
- 71 Análisis Ideológico y Semiología Crítica.  
**Aguirre, J. M.**; 1, 1975, 4-9  
ANALISIS ESTRUCTURAL \* IDEOLOGIA \* SEMIOLOGIA \* CLASE SOCIAL
- 72 Nicaragua: Un Caso de Desestabilización Informativa.  
**Landis, F.**; 39, 1982, 76-84  
INFORMACION \* PROPAGANDA POLITICA
- 73 I Encuentro de Comunicadores Sociales.  
**Equipo Comunicación**; 3, 1975, 50-54  
MUJER
- 74 La Trova Cubana: Silvio Rodríguez.  
**Viloria, A.**; 35/36, 1981, 85-92  
MUSICA
- 75 Lenguaje Ideológico de los M.C.S.  
**Bisbal, M.**; 1, 1975, 9-13  
ANALISIS ESTRUCTURAL \* IDEOLOGIA \* SEMIOLOGIA
- 76 Resumen de la Intervención de Eleazar Díaz Rangel. Seminario de Periodismo  
**C. Fonseca.**; 25/26, 1980, 114-116  
PROFESION
- 77 Campañas Electorales y Partidos de Masas.  
**Aguirre, J. M.**; 16, 1977, 89-107  
PROPAGANDA POLITICA
- 78 Orígenes de la Prensa de la Provincia en Venezuela.  
**Pérez Vila, M.**; 14, 1977, 17-30  
PROVINCIA \* HISTORIA \* PRENSA
- 79 Lectura Ideológica de los M.C.S.  
**Bisbal, M.**; 1, 1975, 13-17  
ANALISIS ESTRUCTURAL \* IDEOLOGIA

- 80 Cine Infantil: El Niño como Espectador.  
**De la Nuez, S.**; 21, 1979, 23-39  
NIÑO \* CINE
- 81 La Filosofía de Radio Santa María.  
**Cabezas, A.**; 13, 1977, 34-54  
RADIODIFUSION EDUCATIVA \* RADIO \* EDUCACION
- 82 Pour une Critique de L'Economie Politique du Signe  
**Baudrillard, J.**; 1, 1975, 23-25  
ANALISIS ESTRUCTURAL \* IDEOLOGIA
- 83 El Concepto de la Comunicación Alternativa.  
**Vector**; 35/36, 1981, 82-84  
COMUNICACION ALTERNATIVA
- 84 Las Escuelas de Comunicación Social en América Latina.  
**Ibañez, I.**; 7, 1976, 16-25  
ESCUELA DE PERIODISMO \* UNIVERSIDAD
- 85 Reportaje sobre una Escuela: UCAB. A.S.C. (Azurmendi, J.F.); 7, 1976, 26-34  
ESCUELA DE PERIODISMO \* UNIVERSIDAD
- 86 Comunicación Ideológica y Formación Crítica de la Conciencia de Clase.  
**Aguirre, J. M.**; 28/29, 1980, 9-21  
ANALISIS ESTRUCTURAL \* IDEOLOGIA \* CLASE SOCIAL
- 87 Características de la Cultura de la Pobreza según Oscar Lewis.  
**Lewis, O.**; 12, 1977, 88-93  
ANTROPOLOGIA \* CLASE SOCIAL
- 88 Demanda Artística en el Oeste de Caracas.  
**Mogollón, G.**; 32, 1981, 81-90  
ARTE \* CULTURA
- 89 Los Niños y su Opinión Política.  
**Rosas Marcano, J.**; 21, 1979, 40-53  
NIÑO \* OPINION PUBLICA \* POLITICA
- 90 Polémica Eleazar Díaz Rangel-Periodistas Cubanos.  
**Díaz Rangel, E.**-Periodistas Cubanos; 37, 1982, 76-84  
PERIODISMO \* POLITICA \* LI

- BERTAD DE EXPRESION
- 91 Políticas de Comunicación de la Empresa Privada.  
**Márquez, F.G.**; 15, 1977, 4-17  
POLITICA DE LA COMUNICACION \* EMPRESA
- 92 Prensa: El Ensayo Peruano.  
**Aguirre, J. M.**; 5, 1975, 31-40  
PRENSA \* POLITICA DE LA COMUNICACION
- 93 Aproximaciones Metodológicas para el Análisis de la Cultura Popular.  
**Aguirre, J. M.**; 4, 1975, 4-23  
CULTURA POPULAR
- 94 Prejuicios Sociales Estereotipados en la Industria Cultural.  
**Aguirre, J. M.**; 12, 1977, 70-87  
EFECTO DE LA COMUNICACION \* ESTEREOTIPO
- 95 Por el Humor de Dios.  
**De La Divina Gracia, Fr. Plácido (I. Castillo)**; 38, 1982, 73-84  
HUMORISMO \* RELIGION
- 96 Tijeras.  
**Ugo**; 40, 1982, 70-73  
HUMORISMO \* GRAFICO
- 97 ULA: Once años de Actividad Cinematográfica.  
**Rotker, S.**; 27, 1980, 52-53  
CINE \* HISTORIA \* UNIVERSIDAD
- 98 Frases sobre la Cultura.  
**Varios**; 2, 1975, 63-64  
CULTURA \* POLITICA DE LA COMUNICACION
- 99 Algunas Observaciones acerca del Concepto de Marginalidad.  
**Viana, M.**; 12, 1977, 4-18  
CLASE SOCIAL
- 100 El Fenómeno de la Marginalidad en tres Películas Venezolanas.  
**Trigo, P.**; 12, 1977, 52-69  
CLASE SOCIAL \* CINE
- 101 Caricatura y Erotismo.  
**Moros, L.**; 38, 1982, 85-88  
HUMORISMO \* GRAFICO
- 102 Política, Censura y Democracia.  
**Rey, J. I.**; 40, 1982, 5-9  
ASPECTO POLITICO \* CENSURA
- 103 Humor Ideológico y Humor Utópico.  
**Aguirre, J. M.**; 38, 1982, 5-14  
IDEOLOGIA \* HUMOR
- 104 Marco Económico-Militar de la Manipulación Informativa.  
**Martínez Terrero, J.**; 39, 1978, 5-17  
IMPERIALISMO \* ASPECTO ECONOMICO
- 105 Las Transnacionales de la Comunicación en Números.  
**Aguirre, J. M.**; 18, 1978, 4-27  
INDUSTRIA CULTURAL \* ESTADISTICAS
- 106 La Construcción de América Latina.  
**Hernández, T.**; 62, 1988, 5-17  
ASPECTO HISTORICO
- 107 América: Apuntes sobre la Creación de un Continente.  
**Guaderrama, M.**; 67, 1989, 39-45  
ASPECTO HISTORICO
- 108 Los Sindicatos y los Medios de Comunicación Social.  
**Walsh, G.**; 65-66, 1988, 70-87  
SINDICATO \* INFORMACION
- 109 La Galaxia sin Ley: Mitos y Realidades de la Desregulación Comunicacional.  
**Aguirre, J. M.**; 61, 1988, 5-23  
POLITICA DE LA COMUNICACION \* LEGISLACION \* NUEVAS TECNOLOGIAS
- 110 El Fondo Cinematográfico en la Gaceta Nacional: Los Créditos Cinematográficos.  
**Equipo Comunicación**; 32, 1981, 97-100  
CINE \* ASPECTO ECONOMICO
- 111 La Televisión por Cable en el Mundo.  
**Tremonti, F. y Bisbal, M.**; 49/50, 1985, 110-122  
TELEVISION \* TECNOLOGIA
- 112 El Deporte y las Olimpiadas como Negocio Publicitario.  
**Martínez Terrero, J.**; 63, 1988, 44-52  
ASPECTO ECONOMICO \* DEPORTE
- 113 La Potencialidad del Espacio Iberoamericano.  
**Getino, O.**; 68, 1988, 62-73  
ASPECTO ECONOMICO \* INDUSTRIA CULTURAL
- 114 Y de Aquellas Furias sólo quedan Palabras.  
**Alvarez, F.**; 69, 1990, 4-10  
PRENSA ESCRITA \* POLITICA \* CAMBIO SOCIAL
- 115 TV-Martí. Un Peligro para América Latina.  
**Tremonti, F.**; 70, 1990, 70-77  
TELEVISION \* DERECHOS HUMANOS \* IMPERIALISMO
- 116 En Clave Humorística.  
**Delgado, K.**; 38, 1982, 68-72  
HUMORISMO
- 117 Bolívar Tiene Todavía Qué Hacer en América.  
**Bisbal, M.**; 41/42, 1983, 84-111  
INTEGRACION CULTURAL
- 118 Hacia la Constitución de la Unidad Latinoamericana.  
**Colmenarez Díaz, H.**; 41/42, 1983, 112-119  
INTEGRACION CULTURAL
- 119 La Pendiente Energética del Adolescente.  
**González Meseguer, J.**; 48, 1984, 12-17  
JOVEN
- 120 La Ley sobre la Vida Privada.  
**Alcalá, G.**; 45, 1984, 117-119  
LEGISLACION
- 121 La Democratización de los Datos y el Nuevo Orden Internacional de la Comunicación.  
**Viera, J. A. y Gallo**; 46, 1984, 82-105  
TECNOLOGIA \* BASE DE DATOS \* NOMIC
- 122 El Fondo Cinematográfico en la Gaceta Nacional. Los Créditos Cinematográficos.  
**Fondo Cinematográfico**; 32, 1980, 97-100  
ASPECTO ECONOMICO
- 123 La Lucha por la Ley de Cine.  
**Bisbal, M.**; 27, 1980, 27-36  
CINE \* LEGISLACION
- 124 Medios de Comunicación y Acumulación de Capital.



Esteinou Madrid, J.; 33/34, 1981, 12-27  
**ASPECTO ECONOMICO \* MONOPOLIO**

125 Panorama Genérico del Cine Venezolano.  
**Rondón, C. M.;** 6, 1976, 31-34  
**CINE \* HISTORIA**

126 Efectos de la TV sobre los Niños.  
**Arenas, P. J.;** 21, 1979 95-100  
**EFFECTO SOBRE EL PUBLICO \* NIÑO \* TELEVISION**

127 Tipos de Escuelas por Países.  
**Equipo Comunicación;** 7, 1976, 103-106  
**ESCUELA DE PERIODISMO \* UNIVERSIDAD**

128 Campañas Electorales y Partidos de Masas.  
**Aguirre, J. M.;** 16, 1977, 89-107  
**ASPECTO POLITICO \* PROPAGANDA POLITICA**

129 El Cine Industrial y los Cineastas Latinoamericanos.  
**Varios;** 6, 1976, 45-62  
**CINE \* INDUSTRIA CULTURAL**

130 Humor Gráfico Venezolano: Las Malvinas.  
**Moros, L.;** 38, 1982, 85-88  
**HUMORISMO \* GRAFICO**

131 Campaña Electoral, Comunicación y Democracia.  
**Rey, J. I.;** 19/20, 1978, 5-10  
**ASPECTO POLITICO**

132 El Cortometraje: un Género Necesario.  
**Penzo, J.;** 27, 1980, 50-51  
**CINE**

133 El Mundo Obrero y el Cine como Espectáculo.  
**CECUTAL;** 27, 1980, 60-62  
**CINE \* CLASE OBRERA**

134 Desarrollo de la Cinematografía. Acuerdo de Cartagena.  
**Equipo Comunicación;** 27, 1980, 63-65  
**CINE \* ASPECTO ECONOMICO \* INTEGRACION**

135 Tecnología y Comunicación en la Fase Monopolista.  
**Aguirre, J. M.;** 18, 1978, 4-27

**TECNOLOGIA \* SATELITE DE COMUNICACION \* MONOPOLIO**

136 Tecnología, Información y Democracia.  
**Rey, J. I.;** 33/34, 1981, 5-8  
**TECNOLOGIA**

137 Los Niños y su Opinión Política.  
**Rosas Marcano, J.;** 21, 1979, 40-53  
**ASPECTOS POLITICOS**

138 Pautas de Análisis para los Cómic.  
**Bisbal, M.;** 9, 1975, 12-21  
**SEMILOGIA \* COMIC**

139 Los Dueños de los Medios y el Crimen y la Pornografía y el Escándalo.  
**Sanoja Hernández, J.;** 15, 1976, 43-60  
**ETICA \* SENSACIONALISMO**

140 Telenovela: un Juglar Capitulado.  
**Marinoni de Foti, M.;** 47, 1984, 5-9  
**PROGRAMA DE TELEVISION \* TELENOVELA**

141 La Campaña Electoral en Slogans: el Reflejo del Caos.  
**De La Nuez, S.;** 44, 1984, 91-96  
**PROPAGANDA POLITICA**

142 Cronología de la Caída de Anastasio Somoza.  
**CENCOS;** 25/26, 1980, 16-22  
**ASPECTO POLITICO \* DICTADURA**

143 Hacia un Cine Industrial Venezolano.  
**Aguirre, J. M.;** 6, 1976, 35-44  
**CINE \* ASPECTO ECONOMICO**

144 Diez Años de Tesis de la Mención Impreso: 1979-1989.  
**Bosc de Oteyza, C.;** 69, 1990, 28-38  
**PERIODISMO \* PRENSA ESCRITA \* INVESTIGACION**

145 Ciencia Política e Investigación Periodística.  
**Villalba, J.;** 69, 1990, 39-43  
**PERIODISMO \* INVESTIGACION \* POLITICA**

146 Historia de la Escuela de Comunicación Social: UCAB I. Los Inicios: 1961-1965.  
**Píriz P., E.;** 69, 1990, 12-27

**ESCUELA \* HISTORIA \* PLAN DE ESTUDIOS**

147 Una Universidad Católica para América Latina.  
**Ellacuría, I.;** 69, 1990; 104-110  
**ESCUELA \* UNIVERSIDAD \* IGLESIA**

148 Reflexiones para las Escuelas de Comunicación Social de la Compañía de Jesús.  
**Compañía de Jesús;** 69, 1990, 111-114  
**ESCUELA \* UNIVERSIDAD \* IGLESIA**

149 VIII Convención Nacional del Colegio Nacional de Periodistas.  
**CNP;** 71-72, 1990, 134-139  
**PROFESION \* ASPECTO ECONOMICO \* CNP**

150 Comunicación y Descentralización Política.  
**Fernández, J.;** 69, 1990, 100-103  
**COMUNICACION \* ASPECTO POLITICO \* DESCENTRALIZACION**

151 El Diferendo Colombo-Venezolano en la Opinión Pública.  
**Rosas Marcano, J.;** 30/31/1981, 95-102  
**ASPECTO POLITICO**

152 Entrevista con Manuel De Pedro.  
**Equipo Comunicación;** 6, 1976, 25-30  
**CINE**

153 Consideraciones Generales sobre la Investigación de Estereotipos.  
**Santoro, E.;** 12, 1977, 93-105  
**BARRERA A LA COMUNICACION \* ESTEREOTIPO**

154 La Comunicación Popular en Tres Tesis de Licenciatura.  
**Caglianone, M.;** **Fuentes, M.F. y Hernández, M.;** 35/36, 1981, 44-56  
**CAMPESINOS \* OBTNEROS \* COMUNICACION POPULAR**

155 Consideraciones en Torno al Cine Nacional.  
**Equipo Comunicación;** 6, 1976, 4-15  
**CINE**

156 La Cultura como Proyecto Histórico.

- Aguirre, J. M.;** 2, 1975, 4-11  
CULTURA
- 157 Infraestructura Técnica del Cine Venezolano.  
**Tremonti, F.;** 27, 1980, 22-26  
CINE \* TECNOLOGIA
- 158 La Concentración de Medios Masivos en Venezuela.  
**Equipo Comunicación;** 15, 1977, 61-79  
CONCENTRACION ECONOMICA \* MONOPOLIO
- 159 El Centro de Televisión Educativa de la Universidad del Zulia.  
**El Centro de Televisión Educativa de la LUZ;** 13, 1977, 84-92  
TELEVISION \* UNIVERSIDAD
- 160 Cine Infantil: el Niño como Espectador.  
**De La Nuez, S.;** 21, 1979, 23-29  
CINE
- 161 Tendencias Actuales en el Cine Venezolano  
**Aguirre, J. M.;** 27, 1980, 5-14  
CINE \* SOCIOLOGIA \* ANALISIS DE CONTENIDO
- 162 Resoluciones del Congreso de Ruppolding  
**UCIP;** 69, 1990, 120  
PERIODISMO \* IGLESIA \* UCIP
- 163 Notas para una Teoría de la Comunicación Popular.  
**Gimenez, G.;** 35/36, 1981, 72-81  
COMUNICACION POPULAR
- 164 El Complejo Militar-Industrial-Cultural y las Nuevas Formas de Dominación Imperialista.  
**Mujica, H.;** 39, 1982, 32-42  
INDUSTRIA CULTURAL \* IMPERIALISMO
- 165 Tesis para la Delimitación del Campo Cultural Popular.  
**Chacón, A.;** 35/36, 1981, 5-13  
CULTURA POPULAR
- 166 El Derecho a la Comunicación Política.  
**Rey, J. I.;** 16, 1977, 4-9  
DERECHO A LA INFORMACION \* ETICA
- 167 Educación y Comunicación.  
**Aguirre, J. M.;** 13, 1977, 4-19
- EDUCACION
- 168 Resoluciones de la IV Convención Nacional del CNP.  
**Colegio Nacional de Periodistas;** 39, 1982, 108-111  
PROFESION \* CNP
- 169 Caracterización Mercantil de la Televisión Venezolana.  
**Aleiva Abuchaibe, M.;** 17, 1978, 4-19  
EMPRESA COMERCIAL \* TELEVISION \* ASPECTO ECONOMICO
- 170 Encuadramiento Electoral de las Empresas Privadas de Comunicación  
**Bisbal, M.;** 19/20, 1978, 93-106  
EMPRESA COMERCIAL \* PROPAGANDA POLITICA
- 171 Las Encuestas de Opinión: el Gran Elector.  
**Alfonzo, A.;** 16, 1977, 10-33  
ENCUESTA \* PROPAGANDA POLITICA
- 172 Los Nuevos Militantes: Fundación Madera.  
**Márquez, N.;** 35/36, 1981, 35-37  
COMUNICACION POPULAR \* MUSICA
- 173 Centro Nacional de Comunicación Social.  
**Alvarez Icaza, J.;** 28/29, 1980, 40-43  
CENTRO DE COMUNICACION \* COMUNICACION POPULAR
- 174 «Función Didáctica del Periódico Popular «La Vega Dice»».  
**La Vega Dice;** 35/36, 1981, 22-25  
COMUNICACION POPULAR \* PRENSA
- 175 La Voz de Caricuao: Un Proyecto de Investigación Alternativa.  
**La Voz de Caricuao;** 35/36, 1981, 26-34  
COMUNICACION POPULAR
- 176 La Comunicación Popular en Tres Tesis de Licenciatura  
**Caglianone M.;** **Fuentes, M.F. y Hernández, M.;** 35/36, 1981, 44-56  
CAMPEÑOS \* OBREROS \* COMUNICACION POPULAR
- 177 Un Hearst Latinoamericano: el Bloque de Armas.  
**Aguirre, J. M.;** 30/31, 1981, 61-64  
CONCENTRACION ECONOMICA \* MONOPOLIO
- 178 Cine Venezolano: Logros y Propuestas.  
**Conde, J. y Villalba, J.;** 27, 1980, 45-49  
CINE
- 179 Reseña de Revistas Venezolanas Especializadas en Cine.  
**De La Nuez, S.;** 27, 1980, 56-59  
CINE \* CRITICA
- 180 Primer Festival del Cortometraje Nacional.  
**Labrador, E.;** 32, 1981, 93-95  
CINE
- 181 Notas para una Discusión sobre Tendencias en el Cortometraje Nacional.  
**Penzo, Jacobo y Azpúrua, C.;** 35/36, 1981, 38-40  
CINE
- 182 El Cortometraje en la Zona Penumbrada del Cine Venezolano.  
**Garaycochea, O.;** 35/36, 1981, 41-43  
CINE
- 183 Comunicación Alternativa Grupal en América Latina  
**Martínez Terrero, J.;** 28/29, 1980, 32-39  
COMUNICACION ALTERNATIVA
- 184 Primer Seminario de Promoción Cultural y Comunicación Alternativa  
**Brito, B.;** 35/36, 1981, 14-21  
COMUNICACION ALTERNATIVA \* CULTURA
- 185 La Radio Clandestina en Centroamérica y El Caribe.  
**Hernández, G.;** 74, 1991, 105-109  
RADIO \* POLITICA
- 186 Comunicación Alternativa y Comunicación Popular.  
**Rey, J. I.;** 28/29, 1980, 5-8  
COMUNICACION POPULAR \* COMUNICACION ALTERNATIVA
- 187 La Concentración de Prensa en algunos Países Desarrollados de Oc-



- cidente.  
**Rey, J. I.**; 15, 1977, 80-94  
 CONCENTRACION ECONOMICA \* MONOPOLIO \* PRENSA
- 188 Radio, Comunicación y Música.  
**Bisbal, M.**; 32, 1981, 41-59  
 CONCENTRACION ECONOMICA \* RADIO
- 189 El CONAC en la Encrucijada Cultural Venezolana.  
**Aguirre, J. M.**; 2, 1975, 28-41  
 CULTURA \* CONAC
- 190 Privatización y Desnacionalización de las Comunicaciones.  
**Movimiento Profesional Antonio José de Sucre**; 73, 1991, 127-129  
 POLITICA DE LA COMUNICACION \* CANTV
- 191 La Política Cultural según tres Candidatos Presidenciales.  
**Equipo Comunicación**; 19/20, 1978, 132-141  
 CULTURA \* POLITICA
- 192 Investigación para la Toma de Decisiones en Políticas de Comunicación.  
**Martínez Terrero, J.**; 22, 1979, 114-125  
 CULTURA \* POLITICA DE LA COMUNICACION \* UNESCO
- 193 Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales.  
**UNESCO**; 40, 1982, 76-80  
 CULTURA \* POLITICA DE LA COMUNICACION \* UNESCO
- 194 Puntos de Vista Venezolanos sobre Comunicación-Educación.  
**Equipo Comunicación**; 13, 1977, 55-69  
 EDUCACION
- 195 ¿Cuándo una Encuesta Política es Confiable?.  
**Velasco Moreno, P.**; 16, 1977, 34-46  
 ENCUESTA \* PROPAGANDA POLITICA
- 196 El Uso Ideológico de las Encuestas.  
**Chacón, A.**; 16, 1977, 47-57  
 ENCUESTA \* IDEOLOGIA \* PROPAGANDA POLITICA
- 197 Crónica de Algunas Encuestas Preelectorales (1976-1977).  
**Aguirre, J. M.**; 16, 1977, 58-75  
 ENCUESTA \* PROPAGANDA POLITICA
- 198 Los Comics Considerados como Contracultura.  
**Nebiolo, G. y Otros**; 9, 1976, 98-120  
 TIRA COMICA \* COMIC
- 199 Recomendaciones Finales del Informe de la Comisión Mac Bride. UNESCO.  
**UNESCO**; 30/31, 1981, 41-55  
 POLITICA DE LA COMUNICACION \* UNESCO \* NOMIC
- 200 Crear para una Comunicación Alternativa.  
**Primer Encuentro Nacional de Estudiantes de Comunicación Social**; 48, 1984, 85-89  
 COMUNICACION ALTERNATIVA \* UNIVERSIDAD
- 201 La Información como Derecho Humano Fundamental.  
**Richards, J. A.**; 43, 1983, 18-25  
 DERECHO A LA INFORMACION \* ETICA
- 202 Estrategias y Políticas para Informática.  
**IBI**; 46, 1984, 37-48  
 INFORMATICA \* POLITICA DE LA COMUNICACION
- 203 Los Que Vinieron Después.  
**Delgado, K.**; 41/42, 1983, 57-61  
 HUMORISMO \* POLITICA
- 204 Aspectos Sociológicos en la Etica del Periodismo.  
**Grondona, M.**; 8, 1976, 33-43  
 ETICA PROFESIONAL
- 205 Publicidad y Etica.  
**Bisbal, M.**; 8, 1976, 44-51  
 ETICA PROFESIONAL \* PUBLICIDAD
- 206 Contrateoría del Humor.  
**Hernández Montoya, R.**; 38, 1982, 5-14  
 HUMORISMO
- 207 El Antihumor en la Ciudad: lo Barato Sale Caro.  
**De La Nuez, S.**; 38, 1982, 65-67  
 HUMORISMO
- 208 Penetración de las Transnacionales de la Información en la Prensa de América Latina y Venezuela.  
**Bisbal, M.**; 18, 1978, 28-40  
 INFORMACION \* PRENSA
- 209 X Aniversario del Convenio Andrés Bello.  
**Aguirre, J. M.**; 30/31, 1981, 5-21  
 INTEGRACION CULTURAL
- 210 Reestructuración de la TV. Estatal  
**Equipo Comunicación**; 74, 1991, 157  
 TELEVISION \* POLITICA DE LA COMUNICACION
- 211 La Modernidad ya no tiene Dolientes.  
**Zerpa, F.**; 79, 1981, 127-131  
 CULTURA \* ARTE \* MODERNIDAD
- 212 Hacia un Nuevo Orden Informativo Internacional.  
**Azurmendi, J. F.**; 18, 1978, 41-50  
 INFORMACION \* NOMIC
- 213 La Información en el Nuevo Orden Internacional.  
**ILET**; 18, 1978, 86-95  
 INFORMACION \* NOMIC
- 214 Comunicación y Democracia.  
**Rey, J. I.**; 40, 1982, 74-76  
 INVESTIGACION \* DEMOCRACIA
- 215 Escuelas, Investigación y Cambio Social en América Latina.  
**Rey, J. I.**; 7, 1976, 49-61  
 INVESTIGACION \* ESCUELA \* UNIVERSIDAD
- 216 Tendencias de los Estudios Latinoamericanos en el Análisis de los Medios Masivos.  
**Aguirre, J. M.**; 7, 1976, 49-61  
 INVESTIGACION
- 217 Panorama sobre la Investigación en Comunicación en América Latina.  
**Bisbal, M.**; 7, 1976, 62-76  
 INVESTIGACION
- 218 Documento de Costa Rica sobre Investigación.  
**Equipo Comunicación**; 7, 1976, 77-88

- INVESTIGACION .
- 219 MC. Luhan y el McLuhanismo.  
**Aguirre, J. M.**; 8, 1976, 64-76  
INVESTIGACION
- 220 Algunos Comentarios sobre el III Encuentro Nacional de Investigadores de la Comunicación.  
**Aguirre, J. M., Rey, J. I.**; 10/11, 1976, 44-58  
INVESTIGACION \* POLITICA DE LA COMUNICACION \* AVIC
- 221 Investigación y Planificación en la Comunicación Social.  
**Izcaray, F.**; 10/11, 1976, 71-85  
INVESTIGACION \* POLITICA DE LA COMUNICACION
- 222 Un Fenix Demasiado Frecuente: Investigación y Política Comunicacional.  
**Esteva, R. y Barros, A.**; 10/11, 1976, 6-97  
INVESTIGACION \* POLITICA DE LA COMUNICACION
- 223 Proyecto de Resoluciones de la Comisión II, Presentadas a la Asamblea General para su Aprobación.  
**Comisión de Investigadores de Comunicación**; 10/11, 1976, 98-110  
INVESTIGACION \* POLITICA DE LA COMUNICACION
- 224 Investigaciones del Sector Privado sobre Medios Masivos en Venezuela.  
**Aguirre, J. M.**; 15, 1976, 29-42  
INVESTIGACION
- 225 Evolución de las Investigaciones sobre el Niño y los Medios de Comunicación.  
**Aguirre, J. M.**; 21, 1979, 65-95  
INVESTIGACION \* NIÑO
- 226 Investigación para la Toma de Decisiones en Políticas de Comunicación.  
**Martínez Terrero, J.**; 22, 1979, 114-125  
INVESTIGACION \* POLITICA DE LA COMUNICACION
- 227 Presupuestos para una Investigación Alternativa.  
**Bisbal, M.**; 28/29, 1980, 22-31  
INVESTIGACION \* COMUNICACION ALTERNATIVA
- 228 Encuentro de Investigadores y Nuevo Orden Informativo Mundial.  
**Rey, J. I.**; 30/31, 1981, 32-40  
INVESTIGACION \* NOMIC
- 229 Un Recuerdo sobre Mc. Luhan.  
**Equipo Comunicación**; 33/34, 1981, 85-86  
INVESTIGACION
- 230 El Anteproyecto de Ley de la Publicidad.  
**Martínez Terrero, J.**; 6, 1976, 66-70  
LEGISLACION \* PUBLICIDAD
- 231 Marco Legal de las Actividades Privadas.  
**Rey, J. I.**; 15, 1977, 18-28  
LEGISLACION
- 232 La Lucha por la Ley de Cine.  
**Bisbal, M.**; 27, 1980, 27-36  
LEGISLACION \* CINE
- 233 Desarrollo de la Cinematografía Nacional.  
**Acuerdo de Cartagena**; 27, 1980, 63-65  
LEGISLACION \* CINE \* INTEGRACION CULTURAL
- 234 La Lucha por la Libertad en los Periodistas de Nicaragua.  
**Aguirre, D.**; 25/26, 1980, 29-37  
LIBERTAD DE EXPRESION \* DICTADURA
- 235 Medios de Comunicación y Política en el Uruguay.  
**Faraone, R.**; 25/26, 1980, 61-77  
LIBERTAD DE EXPRESION \* DICTADURA
- 236 El Periodismo Venezolano en el Último Medio Siglo.  
**Sanoja Hernández, J.**; 37, 1982, 39-46  
LIBERTAD DE EXPRESION \* HISTORIA \* PRENSA
- 237 Manuel ante el Poder Eclesiástico.  
**Aguirre, J. M.**; 40, 1982, 45-52  
LIBERTAD DE EXPRESION \* IGLESIA \* CINE \* CENSURA
- 238 Las Restricciones a las Informaciones sobre Guerrillas en Venezuela.  
**Medina, C.**; 40, 1982, 53-63  
LIBERTAD DE PRENSA
- 239 Influencia de las Transnacionales en los Medios de Comunicación de Masas en la Commonwealth del Caribe.  
**Lent, J. A.**; 25/26, 1980, 38-52  
MONOPOLIO \* INDUSTRIA CULTURAL
- 240 La Mujer y el Periodismo.  
**Brito, B.**; 37, 1982, 89-90  
MUJER \* PERIODISMO
- 241 Consideraciones sobre lo Popular en la Música Industrial.  
**Rondón, C. M.**; 4, 1975, 24-37  
MUSICA \* CLASE SOCIAL
- 242 Popularidad de la Canción Rebelde y Rebelde de la Canción Popular.  
**Rondón, C. M.**; 32, 1981, 33-39  
MUSICA \* COMUNICACION POPULAR
- 243 Análisis Temático de los Exitos Disqueros.  
**De la Nuez, S.**; 32, 1981, 66-80  
MUSICA
- 244 El Sonido Contratado de las Orquestas Sinfónicas de Venezuela.  
**Díaz Sosa, C.**; 32, 1981, 90-92  
MUSICA
- 245 El Humor y los Niños.  
**Rosas Marcano, J.**; 38, 1982, 23-43  
NIÑO \* HUMOR
- 246 Los Niños y su Opinión Política.  
**Rosas Marcano, J.**; 21, 1979, 40-53  
OPINION PUBLICA \* NIÑO \* POLITICA
- 247 Opinión Adulta sobre la TV Venezolana en la Opinión Pública.  
**Bisbal, M.**; 21, 1979, 101-112  
OPINION PUBLICA \* TELEVISION
- 248 El Diferendo Colombo-Venezolano en la Opinión Pública.  
**Rosas Marcano, J.**; 30/31, 1981, 95-102  
OPINION PUBLICA \* POLITICA
- 249 La Conferencia Cumbre de los Países No Alineados en la Prensa Venezolana.  
**Suárez, V.**; 28/29, 1980, 66-68  
PAIS EN DESARROLLO \* PRENSA
- 250 La Comunicación Alternativa.

- Equipo Comunicación;** 35/36, 1981, 59-71  
**PERIODISMO \* COMUNICACION ALTERNATIVA**
- 251 De Daniel Defoe a Tom Wolfe: Recensión Histórica del Nuevo Periodismo.  
**Alvarez, C.;** 37, 1982, 13-29  
**PERIODISMO**
- 252 Nuevo Periodismo: La Empresa Perdona Momentos de Locura.  
**De la Nuez, S.;** 37, 1982, 30-38  
**PERIODISMO**
- 253 ¿Nuevo Periodismo a la Venezolana?  
**Villalba, J.;** 37, 1982, 47-48  
**PERIODISMO**
- 254 Foro sobre Nuevo Periodismo.  
**Martínez, T.E.; Alvarez, F.y Rangel, C.;** 37, 1982, 60-75  
**PERIODISMO**
- 255 Walt Disney y su Influencia Ideológica.  
**Equipo Comunicación;** 9, 1976, 86-97  
**TIRA COMICA \* INDUSTRIA CULTURAL \* IDEOLOGIA**
- 256 El Status del Periodista en América Latina.  
**Monteverde, E. D.;** 5, 1975, 4-11  
**PERIODISTAS \* PROFESION**
- 257 El Enemigo Principal.  
**Masó, F.;** 37, 1982, 49-51  
**PERIODISTAS**
- 258 El Escritor y los Medios de Comunicación.  
**Paéz Avila, J.;** 37, 1982, 52-55  
**PERIODISTAS**
- 259 Políticas de Comunicación y Democracia.  
**Rey, J. I.;** 10/11, 1976, 6-14  
**POLITICA DE LA COMUNICACION**
- 260 Hacia el Establecimiento de Políticas de Comunicación.  
**Bisbal, M.;** 10/11, 1976, 15-34  
**POLITICA DE LA COMUNICACION**
- 261 El Estado Venezolano ante las Políticas de Comunicación.  
**Vezga Godoy, L.;** 10/11, 1976, 35-43  
**POLITICA DE LA COMUNICACION**
- 262 30 Recomendaciones de la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en América Latina y el Caribe.  
**Conferencia Intergubernamental de Comunicación de América Latina.;** 10/11, 1976, 60-70  
**POLITICA DE LA COMUNICACION**
- 263 Proyecto Ratelve.  
**Aguirre, J. M.;** 17, 1978, 69-83  
**POLITICA DE LA COMUNICACION \* PLANIFICACION**
- 264 La Comunicación Social en los Programas de Gobierno de los Candidatos Presidenciales.  
**Rey, J. I.;** 18, 1978, 51-58  
**POLITICA DE LA COMUNICACION**
- 265 Políticas de Comunicación y Planificación.  
**Mujica, H.;** 28/29, 1980, 48-56  
**POLITICA DE LA COMUNICACION**
- 266 El VI Plan de la Nación.  
**Brito, B.;** 30/31, 1981, 103-113  
**POLITICA DE LA COMUNICACION \* PLANIFICACION**
- 267 La Voz de Catia.  
**Bisbal, M.;** 12, 1977, 35-44  
**PRENSA**
- 268 Estrategia Electoral en la Prensa Venezolana.  
**Bisbal, M.;** 19/20, 1978, 22-40  
**PRENSA \* POLITICA**
- 269 La Comunicación Impresa en América Latina.  
**Bisbal, M.;** 25/26, 1980, 6-15  
**PRENSA**
- 270 La Prensa en Cuba.  
**Prato de Fischer, M.;** 25/26, 1980, 53-60  
**PRENSA**
- 271 La Prensa Norteamericana y los Cambios Políticos en América Latina.  
**Crothers, J.;** 25/26, 1980, 79-87  
**PRENSA \* POLITICA**
- 272 La División del Bloque de Prensa Venezolano.  
**Rondón, C. M.;** 5, 1975, 41-47  
**PRENSA BURGUESA**
- 273 Metas Inmediatas del C.N.P.  
**Alcalá, G.;** 5, 1975, 12-19  
**PROFESION \* CNP**
- 274 El Colegio Nacerá con Escándalo.  
**Alvarez, F.;** 5, 1975, 20-27  
**PROFESION \* CNP**
- 275 II Congreso Latinoamericano de Periodistas.  
**Federación Latinoamericana de Periodistas;** 25/26, 1980, 89-96  
**PROFESION \* FELAP**
- 276 Anticomix y su Historia.  
**Ramos, M. E.;** 9, 1976, 75-85  
**TIRA COMICA**
- 277 La Programación Televisiva Venezolana.  
**Tremonti, F.;** 17, 1978, 33-52  
**PROGRAMA DE TELEVISION**
- 278 Joselo: la Alternativa Errónea.  
**De la Nuez, S.;** 19/20, 1978, 82-92  
**PROGRAMA DE TELEVISION \* HUMORISMO**
- 279 Variedades Musicales en Televisión.  
**Tremonti, F.;** 32, 1981, 61-65  
**PROGRAMA DE TELEVISION \* MUSICA**
- 280 Inventario de una Oferta.  
**Rondón, C. M.;** 18, 1978, 59-72  
**PROPAGANDA POLITICA**
- 281 Las Elecciones: Campaña donde las Armas Disparan a la Conciencia.  
**Sanoja Hernández, J.;** 19/20; 1978, 1-21  
**PROPAGANDA POLITICA**
- 282 Análisis Motivacional de la Propaganda Política en Prensa y Televisión.  
**Rincón, O.;** 19/20, 1978, 40-82  
**PROPAGANDA POLITICA \* TELEVISION**
- 283 Estimaciones sobre Costos Totales de la Campaña Electoral 1978.  
**Equipo Comunicación;** 19/20, 1978, 121-132  
**PROPAGANDA POLITICA \* ASPECTO ECONOMICO**

- 284 Los Resultados Electorales.  
**Lazcano, J. A.**; 22, 1978, 27-31  
PROPAGANDA POLITICA \* ESTADISTICAS
- 285 Evaluación de las Estrategias Publicitarias a la Luz de los Resultados Electorales del 3 de Diciembre.  
**Rincón, O.**; 22, 1978, 32-52  
PROPAGANDA POLITICA
- 286 Balance Final de la Campaña Electoral 1978. (Sumario Estadístico).  
**Equipo Comunicación**; 22, 1978, 53-71  
PROPAGANDA POLITICA
- 287 Breve Historia del Comico.  
**Martínez, R.**; 9, 1976, 60-74  
TIRA COMICA \* COMIC
- 288 Del Flujo Libre al Informe MC. Bride.  
**Bisbal, M.**; 30/31, 1981, 41-55  
UNESCO \* NOMIC
- 289 Análisis de la Campaña Electoral: 83.  
**I.I.E.S.**; 44, 1984, 86-90  
ENCUESTA \* PROPAGANDA POLITICA
- 290 Las Malvinas y la Razón de Argentina.  
**Marcano, O.**; 39, 1978, 103-107  
PROPAGANDA POLITICA \* DICTADURA
- 291 Hacia un Diagnóstico Sociológico de lo Urbano Frente a lo Regional en Venezuela.  
**Bisbal, M.**; 14, 1977, 4-16  
PROVINCIA
- 292 Sobre la Prensa de Provincia en Venezuela.  
**Bisbal, M.**; 14, 1977, 31-55  
PROVINCIA
- 293 La Comunicación en los Andes Venezolanos.  
**Equipo Comunicación**; 14, 1977, 56-61  
PROVINCIA
- 294 Distribución de los Medios Radioeléctricos en la Región Capital y en la Provincia Venezolana.  
**Equipo Comunicación**; 14, 1977, 79-100  
PROVINCIA \* RADIODIFUSION
- 295 Caso Resumen: 1ra. Etapa.  
**Pérez Vivas, P. J.**; 19/20, 1978, 107-120  
PUBLICACION PERIODICA \* POLITICA
- 296 El Sádico Ilustrado: una Revista de Humor de Izquierda.  
**Rondón, C. M.**; 22, 1979, 72-85  
PUBLICIDAD PERIODICA \* HUMORISMO
- 297 Caso Resumen: 2da. Etapa.  
**Pérez Vivas, P. J.**; 22, 1979, 86-113  
PUBLICACION PERIODICA
- 298 Reseña de Revistas Venezolanas Especializadas en Cine.  
**De la Nuez, S.**; 27, 1980, 56-59  
PUBLICACION PERIODICA \* CINE
- 299 Reventón Murió como Carlos Gardel: en el Momento Justo.  
**Rondón, E.**; 37, 1982, 56-59  
PUBLICACION PERIODICA
- 300 Distorsión Económica de la Publicidad.  
**Martínez Terrero, J.**; 3, 1975, 4-15  
PUBLICIDAD
- 301 Publicidad y Democracia.  
**Rey, J. I.**; 3, 1975, 6-20  
PUBLICIDAD \* DEMOCRACIA
- 302 Comedia y Tragedia de la Publicidad.  
**Sanoja Hernández, J.**; 3, 1975, 21-34  
PUBLICIDAD \* HISTORIA
- 303 Análisis de la Imagen Publicitaria.  
**Bisbal, M.**; 3, 1975, 35-49  
PUBLICIDAD \* SEMIOLOGIA
- 304 Contenido Valorativo de la Publicidad Comercial en las Revistas Femeninas.  
**Alcalá, A. M.**; 3, 1975, 64-65  
PUBLICIDAD \* MUJER
- 305 Consideraciones sobre la publicidad en Venezuela.  
II Encuentro Nacional de Investigadores de la C.C.  
**Investigadores de la Escuela de Sociología y Antropología de la UCV.**; 3, 1975, 54-63  
PUBLICIDAD \* INVESTIGADORES
- 306 Publicidad sobre Cine en Venezuela.  
**De la Nuez, S.**; 27, 1980, 37-41  
PUBLICIDAD \* CINE
- 307 Política y Guerra: La Publicidad Comercial en la Carrera Armamentista.  
**Fernández Martí, M.**; 39, 1982, 43-46  
PUBLICIDAD \* POLITICA \* TECNOLOGIA
- 308 Análisis de los Boletines Meridianos de la Cámara Venezolana de la Industria de la Radiodifusión.  
**Rondón, C. M.**; 8, 1976, 52-63  
RADIO
- 309 Notirumbos: un Enfoque de lo Popular en Radio, Venezolana.  
**Rondón, C. M.**; 12, 1977, 45-51  
RADIO
- 310 Radio, Comunicación y Música.  
**Bisbal, M.**; 32, 1981, 41-59  
RADIO \* MUSICA
- 311 Radio y Educación.  
**Ibáñez, I.**; 13, 1977, 107-122  
RADIODIFUSION EDUCATIVA
- 312 La Tentación del Poder.  
**Rey, J. I.**; 23/24, 1979, 5-11  
RELIGION \* IGLESIA
- 313 Los Medios de comunicación y la Iglesia en América Latina.  
**Bisbal, M.**; 23/24, 1979, 12-22  
RELIGION \* IGLESIA
- 314 Iglesia Latinoamericana y Comunicación Social.  
**Documento de Puebla**; 23/24, 1979, 07-115  
RELIGION \* COMUNICACION \* IGLESIA
- 315 Análisis al Texto de Puebla.  
**Olivera, M.**; 23/24, 1979, 116-124  
RELIGION \* IGLESIA
- 316 Pautas de Análisis de la Imagen Publicitaria.  
**Bisbal, M.**; 3, 1975, 35-49  
SEMIOLOGIA \* PUBLICIDAD
- 317 El Sensacionalismo en su Doble Vertiente: Violencia y Lubricidad.

- Aguirre, J. M.;** 8, 1976, 14-32  
SENSACIONALISMO \* VIOLENCIA
- 318 El Teatro Popular.  
**Antillano, P.;** 4, 1975, 38-45  
TEATRO
- 319 Infraestructura del Cine Venezolano.  
**Tremonti, F.;** 27, 1980, 22-26  
TECNOLOGIA
- 320 Venezuela y sus Comunicaciones del Futuro.  
**Obadía, G.;** 27, 1981, 22-26  
TECNOLOGIA \* TELECOMUNICACIONES
- 321 La Inducción de Tecnologías de Comunicación Masiva en Venezuela.  
**Aguirre, J. M.;** 33/34, 1981, 28  
TECNOLOGIA \* IDEOLOGIA
- 322 El NOMIC Cara al Año 2000  
**IPAL;** 75, 1991, 130-131  
TECNOLOGIA \* IDEOLOGIA \* INFORMACION
- 323 Tecnología y Mito Popular.  
**Ortiz, Z.;** 33/34, 1981, 47-50  
TECNOLOGIA \* IDEOLOGIA \* MITO
- 324 Sobre el Trabajo en la Secretaría de Redacción y la VDT.  
**Suárez, V.;** 33/34, 1981, 61-63  
TECNOLOGIA \* PROFESION
- 325 Declaración sobre el Uso de Nuevas Tecnologías en el Medio Impreso: Declaración de Naiguatá.  
**C.N.P.;** 33/34, 1981, 68-71  
TECNOLOGIA \* CNP
- 326 Tendencias de la Experimentación Latinoamericana en Teleducación.  
**Aguirre, J. M.;** 13, 1977, 93-106  
TELE-ENSEÑANZA \* TELEVISION
- 327 Lo Popular en la Televisión Venezolana.  
**Rondón, C. M.;** 4, 1975, 46-52  
TELEVISION \* CULTURA POPULAR
- 328 Celebrando los 25 Años de la TV Venezolana.  
**Aguirre, J. M.;** 17, 1978, 52-68  
TELEVISION \* HISTORIA
- 329 Una Alternativa para la TV Venezolana.  
**AVIC;** 28/29, 1980, 45-47  
TELEVISION \* POLITICA DE LA COMUNICACION \* AVIC
- 330 Programas Cómicos en Televisión.  
**Tremonti, F. y Gadea, E.;** 38, 1982, 59-64  
TELEVISION \* PROGRAMA DE TV.
- 331 «Análisis Estructural de los Comics con Referencia a los «Peanuts»».  
**Martínez, L.;** 9, 1976, 28-46  
TIRA COMICA \* SEMIOLOGIA
- 332 Juicio a Mafalda.  
**Aguirre, J. M.;** 9, 1976, 47-59  
TIRA COMICA \* COMIC \* ANALISIS DE CONTENIDO
- 333 Censura y TV: la Forma Vs. la Inteligencia.  
**De la Nuez, S.;** 40, 1982, 64-69  
TELEVISION \* CENSURA
- 334 «Valores Transmitidos por la Serie Pedagógica «Sopotocientos»».  
**Delgado, C.;** 13, 1977, 20-33  
TV-EDUCATIVA \* ANALISIS DE CONTENIDO \* VALORES
- 335 Pautas de Análisis para los Comics.  
**Bisbal, M.;** 9, 1976, 2-21  
TIRA COMICA
- 336 ¿Por Qué no Progresa la Teleducación en América latina?.  
**Benavides, M.;** 13, 1977, 70-83  
TV-EDUCATIVA \* TELEVISION \* EDUCACION
- 337 El Mundo del Comic.  
**Rondón, C. M.;** 9, 1976, 4-11  
TIRA COMICA
- 338 La Teleducación Vía Satélite en Venezuela (1970-1980).  
**Brito, B.;** 33/34, 1981, 51-57  
TV-EDUCATIVA \* TECNOLOGIA \* SATELITE
- 339 Investigación para la Toma de Decisiones en Políticas de Comunicación.  
**Martínez Terrero, J.;** 22, 1979, 114-125  
POLITICA DE LA COMUNICACION \* UNESCO
- 340 El Cine Latinoamericano en Crisis.  
**Alcalá, M.;** 47, 1983, 55-61  
CINE
- 341 Granada, el Señor Presidente y la Imagen Videogénica.  
**Montero, O.;** 45, 1984, 112-116  
ANALISIS DE CONTENIDO \* TELEVISION
- 342 Imagen de la Mujer en la Telenovela.  
**Osuna, Y.;** 47, 1984, 23-28  
ANALISIS DE CONTENIDO \* MUJER
- 343 La Muerte en la (pequeña) Venecia.  
**Britto García, L.;** 48, 1984, 59-64  
ANALISIS DE CONTENIDO \* IDEOLOGIA
- 344 Diez Años, Diez Autores y Uno Más.  
**Molina, A.;** 51/52, 1985, 49-57  
CINE \* DIRECTORES \* HISTORIA
- 345 Periodistas, Participación y Contratos Colectivos.  
**Brito, B.;** 43, 1983, 40-46  
PARTICIPACION \* PERIODISTAS
- 346 Diez Propuestas para los Periodistas Latinoamericanos.  
**Equipo Comunicación;** 43, 1983, 92-93  
PERIODISTAS
- 347 De la Religión Espectacular al Espectáculo Religioso.  
**Aguirre, J. M.;** 49/50, 1985, 93-109  
ANALISIS DE CONTENIDO \* RELIGION
- 348 El Mito de Bolívar y su Función Política.  
**Aguirre, J. M. y Brito, B.;** 41/42, 1983, 6-22  
ANALISIS ESTRUCTURAL \* MITO \* POLITICA
- 349 Bolívar y la Comunicación: Actualidad del Enunciado Bolivariano.  
**Osuna, Y.;** 41/42, 1983, 23-29  
ANALISIS ESTRUCTURAL \* MITO
- 350 Impacto del Control de Cambio en los Medios.  
**Martínez Terrero, J.;** 43, 1983, 79-83  
ASPECTO ECONOMICO
- 351 «El Grupo Cisneros, o los Poderes

- de la «Organización».
- Equipo Comunicación;** 51/52, 1985, 139-149  
ASPECTO ECONOMICO
- 352 Directorio de Organizaciones Ambientales.  
**Hernández, M.;** 79, 1992, 121-122  
ECOLOGIA
- 353 Imágenes Recíprocas de Venezuela y el Caribe Angloparlante a Tráves de su Prensa.  
**Cáceres de Pefaur, B.;** 45, 1984, 106-111  
ASPECTOS POLITICOS \* ESTEREOTIPOS \* ANALISIS DE CONTENIDO
- 354 Rostros del Cine para Simón Bolívar.  
**Izaguirre, R.;** 41/42, 1983, 40-42  
CINE \* HISTORIA \* ACTORES
- 355 El Cine Venezolano: Dos Pasos Adelante y Uno Atrás (1980-1984).  
**Aguirre, J. M.;** 47, 1984, 70-73  
CINE
- 356 1975-1985: El Cortometraje en la Encrucijada.  
**Lucien, O.;** 51/52, 1985, 58-69  
CINE
- 357 Una Pedagogía Alternativa de la Comunicación para el Bienestar del Hombre.  
**Hernández, A. R.;** 48, 1984, 74-80  
COMUNICACION ALTERNATIVA \* EDUCACION
- 358 Comunicación Alternativa y Video-Cassette: Perspectivas en América Latina.  
**Stangelaar, F.;** 49/50, 1985, 58-69  
COMUNICACION ALTERNATIVA \* VIDEOCASSETTE
- 359 Subversivos o Integrados. Lo Alternativo en Perspectiva Latinoamericana.  
**Rey, J. I.;** 51/52, 1985, 7-11  
COMUNICACION ALTERNATIVA
- 360 10 Años de ¿Alternativas en Comunicación?.  
**Hernández, T.;** 51/52, 1985, 12-23  
COMUNICACION ALTERNATIVA
- 361 El Pensamiento sobre Comunicación Alternativa en Comunicación.  
**Martínez, R.;** 51/52, 1985, 129-138  
COMUNICACION ALTERNATIVA
- 362 Humor sobre la Visita Papal.  
**Aguirre, J. M.;** 49/50, 1985, 103-108  
HUMORISMO \* RELIGION
- 363 La Red Latinoamericana de Cooperación Técnica en Parques Nacionales, otras Aéreas Protegidas, Flora y Fauna.  
**Hernández, M.;** 79, 1992, 119-121  
ECOLOGIA
- 364 Revistas sobre el Ambiente en Venezuela.  
**Equipo Comunicación;** 79, 1992, 113-118  
PRENSA \* REVISTAS \* ECOLOGIA
- 365 Periodistas, Participación y Contratos Colectivos.  
**Brito, B.;** 43, 1983, 40-46  
CONTRATO \* LEGISLACION LABORAL
- 366 Red Regional COMNET-AMERICA LATINA.  
**COMNET-AL;** 79, 1992, 108-112  
INFORMATICA \* BASE DE DATOS \* COMNET-AL
- 367 Bolívar desde la Optica Escolar.  
**Garrido, A.;** 41/42, 1983, 30-33  
EDUCACION \* HISTORIA \* MITO
- 368 Manipulación Subliminal y Conciencia Crítica.  
**Aguirre, J. M.;** 48, 1984, 8-29  
EFECTODELA COMUNICACION \* IDEOLOGIA
- 369 El Papel de la Revolución de las Comunicaciones en la Conservación del Ambiente.  
**Velasco, M.A.;** 79, 1992, 101-107  
COMUNICACION \* ECOLOGIA
- 370 10 Años de Escuelas de Comunicación Social en el País.  
**Cuenca, G.;** 51/52, 1984, 70-78  
FORMACION PROFESIONAL \* ESCUELAS \* UNIVERSIDAD
- 371 Confesiones de un Egresado de la Democracia.  
**Esté, A.;** 51/52, 1984, 87-95  
FORMACION PROFESIONAL
- 372 Fotonovela de la Vida Diaria.  
**O.H.;** 47, 1984, 40-45  
FOTONOVELA
- 373 Crónica Siniestra: Estereotipos de la Izquierda.  
**Esté, A.;** 48, 1984, 40-48  
IDEOLOGIA \* ESTEREOTIPOS
- 374 El Centro de Reciclaje  
**Cruces, J.M.;** 79, 1992, 94-100  
ECOLOGIA \* EDUCACION
- 375 La Ideología Bolivariana.  
**Blanco, C.;** 41/42, 1983, 50-54  
IDEOLOGIA POLITICA \* HISTORIA \* MITO
- 376 Crónica Siniestra: Estereotipos de la Izquierda.  
**Esté, A.;** 48, 1984, 40-48  
IDEOLOGIA POLITICA
- 377 Auge y Caída de la Investigación de la Comunicación en Venezuela.  
**Barrios, L.;** 51/52, 1985, 24-31  
INVESTIGACION
- 378 La Informática en Venezuela.  
**Ulian Migliorni, D. y Luna, O.;** 46, 1984, 5-25  
INFORMATICA
- 379 El Tercer Mundo y la Informática: de las Técnicas a las Opciones Políticas.  
**Délapierre, M. y Benoit Zimmerman, J.;** 46, 1984, 49-63  
INFORMATICA \* POLITICA DE LA COMUNICACION
- 380 El Ecologismo de los Pobres.  
**Martínez Alier, J.;** 79, 1992, 80-93  
ECOLOGIA \* CLASES SOCIALES
- 381 Algunos Hallazgos sobre Estereotipos Sexuales en la Programación Televisiva de Venezuela.  
**García, G. y Aguilera, A.;** 79, 1992, 67-79  
TELEVISION \* ESTEREOTIPOS \* ANALISIS DE CONTENIDO
- 382 Un Nuevo Movimiento Ambientalista en las Comunicaciones y en la Cultura.  
**Colina, C.E.;** 79, 1992, 61-66  
COMUNICACION \* ECOLOGIA \* CULTURA
- 383 Nueva Política Interamericana para

- los Años 80.  
**Comité de Santa Fe**; 41/42, 1983, 120-142  
**IMPERIALISMO CULTURAL \* POLITICA**
- 384 Granada, el Señor Presidente y la Imagen Videogénica.  
**Montero, O.**; 45, 1984, 112-116  
**IMPERIALISMO CULTURAL \* TELEVISION \* POLITICA**
- 385 El Congreso de Informática: la Dependencia en Microcircuitos.  
**Bethencourt, A.**; 46, 1984, 65-71  
**INFORMATICA \* IMPERIALISMO CULTURAL**
- 386 La Industria de lo Audiovisual.  
**Equipo Comunicación**; 49-50 1985, 4-17  
**INDUSTRIA CULTURAL \* AUDIOVISUAL**
- 387 «El Grupo Cisneros, o los Poderes de la «Organización».  
**Equipo Comunicación**; 51/52, 1985, 139-149  
**IMPERIALISMO CULTURAL \* MONOPOLIO \* ASPECTO ECONOMICO**
- 388 Humor sobre la Visita Papal.  
**Aguirre, J. M.**; 49/50, 1985, 103-108  
**HUMORISMO \* RELIGION**
- 389 No le Echen la Culpa a Río.  
**Romero, A.**; 79, 1992, 54-60  
**COMUNICACION \* ECOLOGIA**
- 390 Comunicación Social y Problemas Globales de la Humanidad.  
**Asociación Internacional de los Medios de Comunicación**. 49/50; 1985, 126-128  
**INTEGRACION DE LA COMUNICACION**
- 391 Juventud, Identidad y Medios de Comunicación.  
**Armada, M.**; 48, 1984, 4-11  
**JOVEN \* IDENTIDAD**
- 392 Crónica de una Debacle: la Juventud Venezolana de los 60 a los 80.  
**Scharfenberg, E.**; 48, 1984, 30-39  
**JOVEN \* HISTORIA**
- 393 Meta-Mensajes para la Juventud: una Muestra de Manipulación Subliminal.  
**Equipo Comunicación**; 48, 1984, 49-58  
**JOVEN \* IDEOLOGIA\***
- 394 Comunicación Social y Riesgos Neurotóxicos en el Trabajo.  
**Seligmann-Silva, E.**; 79, 1992, 44-53  
**COMUNICACION \* ECOLOGIA \* TECNOLOGIA**
- 395 Tipos Star: los Idolos Juveniles en los Medios de Comunicación.  
**Britto García, L.**; 48, 1984, 81-84  
**JOVEN \* ACTORES \* IDEOLOGIA**
- 396 Subculturas Actuales en el Cine Juvenil.  
**Arribas, J.**; 51/52, 1985, 156  
**CINE \* JOVEN \* INFLUENCIA**
- 397 Líneas de Acción ante las Nuevas Tecnologías.  
**Equipo Comunicación**; 46, 1984, 78-81  
**LEGISLACION \* POLITICA DE LA COMUNICACION \* TECNOLOGIA**
- 398 Ley sobre Protección de la Vida Privada en Venezuela.  
**García, M. y Martínez E.**; 46, 1984, 106-111  
**LEGISLACION**
- 399 La Frecuencia Modulada, su Reglamentación y la Emisora Cultural de Caracas.  
**Bisbal, M.**; 49/50, 1985, 31-32  
**RADIO \* LEGISLACION \* CULTURA**
- 400 Evaluación de la Ley de Telecomunicaciones Vigente desde 1941.  
**MTC**; 49/50, 1985, 50-52  
**LEGISLACION \* TELECOMUNICACIONES**
- 401 Imagen de la Mujer en la Telenovela  
**Osuna, Y.**; 47, 1984, 23-28  
**MUJER \* IDEOLOGIA \* TELENOVELA**
- 402 «Haz lo que «TU» Quieras. Estudio Preliminar sobre las Revistas Juveniles Femeninas.»  
**Castellanos, M. y Vásquez, A.**; 48, 1984, 65-73  
**MUJER \* ANALISIS DE CONTENIDO \* IDEOLOGIA \***
- 403 II Jornadas de la Mujer Periodista  
**Brito, B.**; 49/50, 1985, 129-132  
**MUJER \* PERIODISTAS**
- 404 Así le Canta el Pueblo a Bolívar.  
**De La Nuez, S.**; 41/42, 1983, 43-49  
**MUSICA \* MITO**
- 405 La Informatización de la Actividad Lúdica Infantil.  
**Colina, C. E.**; 49/50, 1985, 76-92  
**TECNOLOGIA \* INFORMATICA \* NIÑO**
- 406 Notas sobre la Gestión Sindical y Gremial de los Periodistas.  
**Febres, C. E.**; 51/52, 1985, 79-86  
**PERIODISTAS \* SINDICATO**
- 407 «1984 Y La Información Totalitaria».  
**Garrido, A.**; 46, 1984, 72-77  
**PODER POLITICO \* IDEOLOGIA \* UTOPIA**
- 408 El Estado y la Comunicación, entre el Azar y la Necesidad.  
**Bisbal, M.**; 51/52, 1985, 97-121  
**POLITICA DE LA COMUNICACION**
- 409 Política Comunicacional, Radiodifusión y Grupos Privados No Tradicionales.  
**Licausi, R.**; 51/52, 1985, 122-128  
**POLITICA DE LA COMUNICACION**
- 410 Declaración Final de Managua.  
**Movimiento No Alineado**; 41/42, 1983, 143-157  
**PAIS EN DESARROLLO \* POLITICA**
- 411 Comunicadores y Participación.  
**Rey, J. I.**; 43, 1983, 6-17  
**PARTICIPACION**
- 412 Las Políticas de Comunicación en el Distrito Sucre y la Participación.  
**Serrano, M. de los Angeles y Vanegas, A.**; 43, 1983, 61-69  
**PARTICIPACION \* POLITICA DE LA COMUNICACION**
- 413 «La Participación en «El Diario Marka» y «Le Monde»».  
**Martínez Terrero, J.**; 43, 1983, 84-91  
**PARTICIPACION \* EMPRESA**
- 414 Bolívar y el Periodismo.  
**Alvarez, F.**; 41/42, 1983, 75-80

- PERIODISMO \* HISTORIA
- 415 El Periodismo: Nuevas Funciones, Nuevos Conceptos.  
**Suárez, V.;** 43, 1983, 47-55
- PERIODISMO \* TECNOLOGIA
- 416 10 Años de Prensa Nacional: las VDT Coquetean con el Periodismo.  
**Rondón, E.;** 51/52, 1985, 32-38
- PERIODISMO \* TECNOLOGIA \* HISTORIA
- 417 Bolívar Periodista.  
**Velásquez, R. J. Avila, F. y Hernández S., J.;** 41/42, 1983, 62-74
- PERIODISTAS \* HISTORIA
- 418 Los Periodistas y sus Gremios: en Perspectiva Latinoamericana.  
**Bisbal, M.;** 43, 1983, 26-39
- PERIODISTAS \* SINDICATO \* CNP
- 419 El Papel de los Círculos en el Desarrollo Gremial del CNP.  
**Grijalba, P. J.;** 43, 1983, 56-60
- PERIODISTAS
- 420 El Colegio debe Desarrollar una Política hacia los Egresados.  
**Acevedo, J. y Oliveros, G.;** 43, 1983, 70-73
- PERIODISTAS \* UNIVERSIDAD \* CNP
- 421 La Mujer y el Periodismo.  
**Llovera, A.;** 43, 1983, 74-78
- PERIODISTAS \* MUJER
- 422 II Jornadas de la Mujer Periodista. Equipo Comunicación; 49/50, 1985, 129-132
- PERIODISTAS \* PROFESION \* MUJER
- 423 Participación Ciudadana y Medios de Comunicación.  
**Hernández, T.;** 73, 1991, 13-22
- COMUNICACION DE MASAS \* COMUNICACION EN GRUPO
- 424 Los Movimientos Sociales en la Discusión Actual sobre Democracia en América Latina  
**Gómez C., L.;** 73, 1991, 23-35
- GRUPOS SOCIALES \* MOVIMIENTOS POLITICOS \* DEMOCRACIA
- 425 Las Asociaciones de Vecinos y su Inserción en la Sociedad Civil.  
**Nicodemo, P. y Abreu, I.;** 73, 1991, 36-62
- GRUPOS SOCIALES \* COMUNIDAD \* OPINION PUBLICA
- 426 Informa: La otra Información. Una Experiencia Alternativa.  
**Hernández, A. M. y Márquez, E. A.;** 73, 1991, 63-69
- PRENSA \* PRENSA MARGINAL \* POPULAR
- 427 Controversias y Conflictos en el Desarrollo Tecnológico Contemporáneo. **Hernández, M.;** 79, 1992, 27-43
- COMUNICACION \* ECOLOGIA \* TECNOLOGIA
- 428 Medios, Nuevos Espacios, Actores y Sociedad Civil  
**Barreto, J.;** 73, 1991, 4-12
- INVESTIGACION \* SOCIOLOGIA
- 429 Recomendaciones al Nuevo Gobierno sobre Comunicación y Cultura.  
**Abreu Sojo, E. y Abreu Sojo, I.;** 44, 1984, 97-101
- POLITICA DE LA COMUNICACION \* ENCUESTA
- 430 Balance de una Gestión: Apertura y Límites.  
**Bisbal, M. y Brito, B.;** 45, 1984, 90-105
- POLITICA DE LA COMUNICACION
- 431 «Amaury Pérez: «Hay que Rescatar las Ideas Nobles y las Buenas Intenciones con que se Creó esta Revolución»  
**Viloria P., A.;** 73, 1991, 87-98
- INDUSTRIA DEL DISCO \* POLITICA
- 432 La Noticia Espectáculo  
**Oteiza, C. de y Hernández B., M.;** 73, 1991, 99-102
- AGENCIAS DE NOTICIAS \* FLUJO DE NOTICIAS
- 433 Consejo Nacional de Comunicación Social. Una Propuesta Concreta. **Vezga Godoy, L.;** 51/52, 1985, 150-155
- POLITICA DE LA COMUNICACION
- 434 Los Amos de la Prensa en Venezuela.  
**Hernández, A. M. y Giménez, L. A.;** 44, 1984, 5-79
- PRENSA BURGUESA \* ASPECTO ECONOMICO \* MONOPOLIO
- 435 La Radio Novela Venezolana: Tres Momentos y ¿Una Muerte Anunciada?.  
**Benítez, L.;** 47, 1984, 29-40
- PROGRAMA DE RADIO \* RADIO-NOVELA
- 436 Telenovela Nuestra de Cada Día.  
**Freilich de Segal, A.;** 47, 1984, 10-17
- PROGRAMA DE TELEVISION \* TELENOVELA
- 437 La Telenovela como Género Femenino y como Parte de su Especificidad.  
**Jochamovitz, B.;** 47, 1984, 18-22
- PROGRAMA DE TELEVISION \* AUDIENCIA \* MUJER
- 438 La Crónica Crítica como Diagnóstico Televisivo.  
**Gacituá, A.;** 47, 1984, 74-83
- PROGRAMA DE TELEVISION \* CRITICA
- 439 Televisión Omnipresente - Diez Años de TV en Venezuela.  
**Brito, B. y Tremonti, F.;** 51/52, 1985, 39-48
- PROGRAMA DE TELEVISION \* HISTORIA \* LEGISLACION
- 440 Del Pueblo de Bolívar al Uso de los Bolívares del Pueblo.  
**Romero Morantes, A.;** 41/42, 1983, 81-83
- PROPAGANDA POLITICA
- 441 El Castellano Electoral.  
**Paéz Urdaneta, I.;** 44, 1984, 80-85
- PROPAGANDA POLITICA
- 442 La Publicidad Electoral: Inversión.  
**Montiel, O.;** 44, 1984, 108-111
- PROPAGANDA POLITICA \* ASPECTO ECONOMICO
- 443 Incidencia del Factor Religioso en la Campaña Electoral.  
**Rey, J. I.;** 45, 1984, 79-86
- PROPAGANDA POLITICA
- 444 De lo Polémico a lo Contractual: Análisis Semiótico de las Transformaciones en el Discurso de Jaime Lusinchi.  
**Espar, M. T.;** 47, 1984, 90-96
- SEMILOGIA \* PROPAGANDA POLITICA



- 445 La Frecuencia, su Reglamentación y la Emisora Cultural de Caracas.  
**Bisbal, M.**; 49/50, 1985, 31-52  
RADIO \* CULTURA
- 446 Los Amos de la Radio y TV.  
**Hernández, A. M. y Giménez, L. A.**; 45, 1984, 5-79  
RADIO \* TELEVISION \* ASPECTO ECONOMICO \* MONOPOLIO
- 447 Política Comunicacional, Radiodifusión y Grupos Privados No Tradicionales.  
**Licausi, R.** 51/52, 1985, 122-128  
RADIO \* POLITICA DE COMUNICACION
- 448 El Serial: Una Suave Brisa Sopló sobre el Tejado de Carmesí y Pétalos.  
**De La Nuez, S.**; 47, 1984, 46-53  
RECEPCION \* TELEVISION
- 449 El Periodismo: Nuevas Funciones, Nuevos Conceptos.  
**Suárez, V.**; 43, 1983, 47-55  
TECNOLOGIA \* PROFESION
- 450 La Industria de lo Audiovisual.  
**Equipo Comunicación**; 49-50, 1985, 4-17  
TECNOLOGIA \* INDUSTRIA CULTURAL \* AUDIOVISUAL
- 451 De la Religión Espectacular al Espectáculo Religioso.  
**Aguirre, J. M.**; 49/50, 1985, 93-109  
RELIGION \* IGLESIA
- 452 Semiótica de una Campaña Electoral.  
**Britto García, L.**; 45, 1984, 87-89  
SEMIOLOGIA \* PROPAGANDA POLITICA
- 453 «A Próposito del Bicentenario: dos Propuestas Teatrales del «Bolívar» de Rajatabla al «Simón» de Chocrón.»  
**Vilda, C.**; 41/42, 1983, 34-39  
TEATRO \* IDEOLOGIA \* MITO
- 454 Líneas de Acción ante las Nuevas Tecnologías.  
**Equipo Comunicación**; 46, 1984, 78-81  
TECNOLOGIA \* POLITICA DE COMUNICACION
- 455 Las Tecnologías de Información y la Confección del Estado Ampliado.  
**Esteinou Madrid, J.**; 49/50, 1985, 18-24  
TECNOLOGIA \* POLITICA DE COMUNICACION \* SOCIOLOGIA
- 456 Nuevas Tecnologías: Prensa e Informática.  
**Equipo Comunicación**; 49/50, 1985, 123-125  
TECNOLOGIA \* PRENSA
- 457 Una Nueva Televisión está por Nacer.  
**Olivieri, A.**; 49/50, 1985, 25-30  
TELEVISION \* PROSPECTIVA
- 458 La Videocomercialización en Venezuela.  
**Brito, B.**; 49/50, 1985, 53-57  
VIDEOCASSETTE
- 459 El Video como Medio de Comunicación y sus Potencialidades Didácticas.  
**Gubern, R.**; 49/50, 1985, 70-75  
VIDEOCASSETTE \* EDUCACION
- 460 «Salto en el Atlántico» de María E. Esparragoza.  
**Lucien, O. y Ortega, M.**; 64, 1988, 62-68  
CINE \* ANTROPOLOGIA
- 461 Con el Cine Venezolano: ¡No hay Problema!  
**Hernández Díaz, G.**; 62, 1988, 59-67  
CINE \* ASPECTO ECONOMICO
- 462 Olimpiadas, Comercio y Televisión. Inversiones Estratégicas.  
**Tremonti, F.**; 63, 1988, 4-12  
TELEVISION \* DEPORTE \* ASPECTO ECONOMICO
- 463 Nuevos Desafíos para la Investigación de la Comunicación en la Década del 90  
**Morales, E.; Pineda, M. y Rincón, A.**; 76, 1991, 27-42  
COMUNICACION \* INVESTIGACION
- 464 La Investigación Latinoamericana sobre Medios Masivos e Industrias Culturales.  
**Fuentes Navarro, R.**; 76, 1991, 43-51  
MEDIOS DE COMUNICACION DEMASAS \* INVESTIGACION
- 465 Investigación comunicacional en Venezuela. Diagnóstico y Prioridades.  
**Equipo Comunicación**; 76, 1991, 52-67  
INVESTIGACION COMUNICACIONAL
- 466 Queremos una Ley de Cine. Queremos una gran Radio TV de Servicio Público.  
**Comité por una radio televisión de servicio público**; 76, 1991, 79-83  
LEGISLACION \* CINE \* RADIO \* TV \* POLITICA DE LA COMUNICACION
- 467 Lectura de los Medios. Reseña de un Encuentro.  
**Correa, C.**; 64, 1988, 79-84  
CENTRO DE COMUNICACION \* LECTURA CRITICA
- 468 Perspectivas Actuales del Periodismo Económico.  
**Cantó, L.**; 69, 1990, 44-51  
PERIODISMO \* ECONOMIA
- 469 Perfiles Profesionales y Figuras Emergentes en Comunicación Social.  
**Aguirre, J. M. y Píriz P., E.**; 69, 1990, 64-73  
PERIODISMO \* PROFESION \* ESCUELA \* UNIVERSIDAD
- 470 La Discriminación Salarial.  
**SNTP**; 70, 1990, 95-96  
PERIODISMO \* ASPECTO ECONOMICO \* SINDICATOS
- 471 Hacia un Perfil Laboral de los Egresados de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB. Periodo 1965-1986.  
**Aguirre, J. M.**; 69, 1990, 74-99  
PROFESION \* ESCUELA \* PERIODISMO \* UNIVERSIDAD
- 472 La Internacionalización de la Demanda Televisiva.  
**Guarere, A.**; 77/78, 1992, 62-87  
TELEVISION \* ASPECTO ECONOMICO \* MERCADO TRANSNACIONAL
- 473 Los Medios de Masas y la Imagen Religiosa.  
**O'Sullivan R., J.**; 69, 1990, 52-63  
TELEVISION \* RELIGION \* EFECTO SOBRE EL PUBLICO

- 474 La Tematización de las Comunicaciones en América Latina.  
**Catalán, C. y Sunkel, G.**; 76, 1991, 4-26  
COMUNICACION \* POLÍTICA
- 475 Las Nuevas Tecnologías Obligan a Redimensionar el Papel del Periodista.  
**Aguirre, M.**; 76, 1991, 84-89  
PERIODISMO \* TECNOLOGIA \* PROFESION
- 476 Carta de los Derechos de los Teleespectadores.  
Asociación Francesa de Espectadores de TV.; 77/78, 1992, 43-45  
AUDIENCIA \* TELEVISION \* ETICA
- 477 Bases para una Política de Servicio Público en Venezolana de Televisión  
**Alfonzo, A.**; 77/78, 1992, 46-56  
TELEVISION \* POLITICA DE COMUNICACION
- 478 TVN 5: ¿El Cierre como Alternativa?  
**Velásquez, A.**; 77/78, 1992, 57-61  
TELEVISION \* POLITICA DE COMUNICACION \* TVN 5
- 479 Recepción e Identidad Popular  
**Mata, M.C.**; 77/78, 1992, 32-42  
COMUNICACION POPULAR \* AUDIENCIA \* RADIO
- 480 Ciencias y Humanidades ¿Cuán Distintas?.  
**Miñarro LL., A.**; 69, 1990, 6-11  
METODOLOGIA \* INVESTIGACION
- 481 Situación de los Derechos Humanos en Venezuela. Libertad de Expresión e Información.  
**PROVEA.**; 70, 1990, 95-99  
DERECHOS HUMANOS \* LIBERTAD DE EXPRESION
- 482 «Versiones Políticas del «Sacudón» en los Diarios Capitalinos.»  
**Alvarez, A.**; 70, 1990, 11-16  
PRENSA ESCRITA \* ANALISIS DE CONTENIDO \* CAMBIO SOCIAL
- 483 Los Derechos del Usuario y la Comunicación.  
**Rey, J. I.**; 77/78, 1992, 4-11  
ETICA \* PÚBLICO \* RADIODIFUSION
- 484 Encuesta de Opinión sobre el Papel de los Medios de Comunicación en el Estallido de Febrero de 1989.  
**Aguirre, J. M.**; 70, 1990, 26-62  
OPINION PUBLICA \* ENCUESTA \* MEDIOS DE COMUNICACION
- 485 Panamá sin Medios.  
**Hernández, G.**; 70, 1990, 63-69  
INFORMACION \* POLITICA \* IMPERIALISMO \* AGENCIA DE NOTICIAS
- 486 El Análisis Cualitativo de la Audiencia.  
**Barrios, L.**; 77/78, 1992, 12-18  
AUDIENCIA \* INVESTIGACION \* TELEVISION
- 487 El Entretenimiento como Necesidad.  
**Kaplun, M.**; 77/78, 1992, 20-31  
EFECTO SOBRE EL PÚBLICO \* TELEVISION \* CONSUMO
- 488 Conferencia de la Revista Comunicación en su 15º Aniversario Caracas, 26 de Abril de 1990.  
**Equipo Comunicación;** 70, 1990, 100-116  
INVESTIGACION COMUNICACIONAL \* REVISTA
- 489 El Periódico, Actor Político.  
**Borrat, H.**; 70, 1990, 119-121  
PRENSA ESCRITA \* POLITICA
- 490 Nicaragua. Las Encuestas: ¿por qué Fallaron?.  
**ENVIO, A.**; 1990; 70, 1990, 78-88  
ENCUESTA \* POLITICA
- 491 La Censura Cinematográfica en Venezuela.  
**Trujillo, A. D.**; 70, 1990, 117-118  
CINE \* CENSURA
- 492 Las Comunicaciones Públicas y la Democracia.  
**Comité para una Radiotelevisión de Servicio Público;** 77/78, 1990-93  
POLITICA DE COMUNICACION \* DEMOCRACIA \* RADIODIFUSION
- 493 Encuestas Tercermundistas. Predecibilidad en Período de Transición: Caso Nicaragua.  
**Nicodemo, P.**; 70, 1990, 89-94
- POLITICA \* ENCUESTA \* OPINION PUBLICA
- 494 Documento que el Comité por una Radiotelevisión de Servicio Público somete a Consideración del Consejo Consultivo de la Presidencia de la República.  
**Comité para una Radiotelevisión de Servicio Público;** 77/78, 1992, 94-96  
POLITICA DE COMUNICACION \* DEMOCRACIA \* RADIODIFUSION
- 495 La Comunicación Interrumpida.  
**Bisbal, M.**; 69, 1990, 115-117  
COMUNICACION \* INVESTIGACION \* SOCIOLOGIA
- 496 La Información Internacional en América Latina.  
**Díaz Rangel, E.**; 77/78, 1992, 101-103  
INFORMACION INTERNACIONAL \* AGENCIAS DE NOTICIAS
- 497 Planificación y Diseño de una Publicación.  
**Guaderrama, M.**; 69, 1990, 117-118  
COMUNICACION \* INVESTIGACION
- 498 El Orden Reina.  
**Pasquali, A.**; 77/78, 1992, 103-104  
POLITICA DE COMUNICACION \* ETICA \* LEGISLACION
- 499 Cómo Conciliar Ecología y Prosperidad.  
**Sachs, I.**; 79, 1992, 4-10  
COMUNICACION \* ECOLOGIA
- 500 Lo Real y lo Discursivo de la Cuestión Ambiental.  
**Cruces, J.M.**; 79, 1992, 11-17  
COMUNICACION \* ECOLOGIA
- 501 La Comunicación Cercenada.  
**Pasquali, A.**; 70; 1990, 123-124  
TELECOMUNICACION \* POLITICA DE COMUNICACION
- 502 Plano General del Cine Nacional.  
**Hernández, G.**; 74, 1991, 138-142  
CINE \* INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA \* LEGISLACION
- 503 El Recurso a la Etica en una Epoca de Cambios.  
**Rey, J. I.**; 74, 1991, 3-12

- COMUNICACION \* ETICA
- 504 Habermas y la Ambivalencia de la TV en el Capitalismo Avanzado: Consideraciones Teórico Normativas.  
**Salazar, L.**; 75, 1991, 13-31  
TELEVISION \* DEMOCRACIA
- 505 Sexualidad y Etica de la Comunicación.  
**Hernández, G.**; 75, 1991, 106-115  
ETICA \* SEXUALIDAD \* SENSACIONALISMO
- 506 El Lenguaje Deportivo de los Mass Media.  
**Obregón M., H.**; 70, 1990, 118  
MEDIOS DE COMUNICACION DE MASAS \* SEMIOLOGIA \* TELEVISION
- 507 La Dimensión Etica del Comunicador.  
**Pasquali, A.**; 75, 1991, 116-119  
ETICA \* PROFESION
- 508 La Integración del Mercado Común Europeo y la Transformación de los Medios de Comunicación.  
**Esteinou M., J.**; 71/72, 1990, 20-44  
COMUNICACION \* INDUSTRIA \* POLITICA \* LEGISLACION
- 509 La Privatización del Sector Cultural: el Caso Venezolano.  
**Aguirre, G.**; 71/72, 1990, 45-52  
COMUNICACION \* INDUSTRIA CULTURAL \* POLITICA
- 510 Comunicación Audiovisual y Desarrollo Latinoamericano.  
**Márques de Melo, J.**; 71/72, 1990, 62-71  
COMUNICACION \* INDUSTRIA \* POLITICA
- 511 Proyecto de Noticiero para las Comunidades  
**Alvarez, C.**; 71/72, 1990, 72-77  
TELEVISION \* NOTICIERO \* COMUNIDAD
- 512 Reestructuración del Sector Telecomunicaciones (FIV).  
**Fuente C., C.**; 71/72, 1990, 101-116  
TELEVISION \* POLITICA DE LA COMUNICACION \* PLANIFICACION
- 513 La Radio en Venezuela. Entrevista a Romero Anselmi.  
**Hernández, G.**; 74, 1991, 44-50  
RADIODIFUSION \* PRODUCCION RADIOFONICA \* NOTICIAS
- 514 Noticieros Radiofónicos Populares: Forma y Contenido de la Participación Popular.  
**Correa, C.**; 74, 1991, 52-65  
NOTICIAS RADIOFONICAS \* RADIOYENTES \* AUDIENCIA
- 515 La Radio, un Tema de Investigación.  
**Correa, C.**; 74, 1991, 96-104  
RADIODIFUSION \* INVESTIGACION \* PRODUCCION RADIOFONICA
- 516 El Proceso de Reestructuración de las Telecomunicaciones.  
**Aguirre, J. M.**; 74, 1991, 116-137  
TELECOMUNICACION \* LEGISLACION
- 517 El Nacionalismo en los Códigos de Etica Profesional del Periodista.  
**Aguirre, J. M.**; 74, 1991, 116-118  
LEGISLACION \* ETICA \* POLITICA
- 518 Anteproyecto de la Ley de Telecomunicaciones.  
**Cámara de Diputados**; 74, 1991, 118-13  
TELECOMUNICACION \* LEGISLACION
- 519 Por una TV Democrática.  
**Hernández, G.**; 71/72, 1990, 53-61  
TELEVISION \* PROGRAMAS DE TELEVISION \* PUBLICOS
- 520 Investigadores y Privatización de la CANTV  
**Rey, J. I.**; 71/72, 1990, 78-81  
INDUSTRIA \* POLITICA DE LA COMUNICACION \* CANTV
- 521 No a la Privatización de la CANTV  
**Lucien, O.**; 71/72, 1990, 82-100  
INDUSTRIA \* POLITICA DE LA COMUNICACION \* CANTV \* TELEFONO
- 522 El Mito de la Privatización  
**Roca, J. G.**; 71/72, 1990, 5-19  
COMUNICACION \* INDUSTRIA \* POLITICA
- 523 Comunicación y Cultura Masivas.  
**Mata, M. C.**; 74, 1991, 3-17  
RADIODIFUSION \* MEDIOS DE COMUNICACION DE MASAS
- 524 Empobrecimiento a través de la Comunicación: la Lucha Continúa.  
**Schiller, H.**; 75, 1991, 32-36  
COMUNICACION \* POLITICA \* LIBERTAD DE EXPRESION \* UNESCO
- 525 El Control de las Fuentes Audiovisuales en la Propaganda Bélica.  
**Giordano, E.**; 75, 1991, 37-64  
PROPAGANDA BELICA \* AGENCIAS DE NOTICIAS
- 526 Los Delitos de Expresión y la Protección del Derecho desde la Vertiente Etica.  
**Daza, A.**; 75, 1991, 65-87  
ETICA \* DERECHO A LA LIBERTAD DE EXPRESION \* LEGISLACION
- 527 Código Antiético de la Cámara Venezolana de Televisión.  
**Hernández, G.**; 75, 1991, 88-94  
COMUNICACION \* TELEVISION \* ETICA \* LEGISLACION
- 528 Etica y Comunicación - Barreto, J.; 75, 1991, 95-105  
COMUNICACION \* ETICA
- 529 La Voz de Venezuela: Cronología de la Indolencia.  
**Brito, B.**; 74, 1991, 66-74  
RADIO \* RADIODIFUSION NACIONAL \* POLITICA
- 530 El Pueblo Tiene la Palabra: Evaluación de la Experiencia de Comunicación Popular de Radio Fe y Alegría.  
**Cañizalez, A. y Correa, C.**; 74, 1991, 75-95  
RADIO \* RADIODIFUSION LOCAL \* RADIO FE Y ALEGRIA
- 531 Requiem por Sutátenza.  
**Bernal, H.**; 74, 1991, 110-115  
RADIO \* RADIO EDUCATIVA \* SUTATENZA
- 532 La Radio en Venezuela: ¿Hacia una Estructura de Concentración Distinta?  
**Bisbal, M.**; 74, 1991, 18-30  
RADIODIFUSION \* INDUSTRIA DE LA RADIO
- 533 El Boom de las FM. Análisis del Proceso de Toma de decisiones  
**Calderón U., B. y Cedillo, C.**; 74, 1991, 31-43  
RADIODIFUSION \* POLITICA \* RADIODIFUSION COMERCIAL

- 534 La Integridad de la Creación.  
Sequeiros, L.; 79, 1992, 18-26  
COMUNICACION \* ECOLOGIA \* RELIGION
- 535 Movimientos Comunitarios y Resistencia Popular: Cine Chicano.  
Arreaza, E.; 73, 1991, 70-86  
CINE \* MOVIMIENTOS SOCIALES \* COMUNIDAD
- 536 Encuentro sobre Movimientos Sociales Urbanos en América Latina.  
FACMUM; 73, 1991, 113-117  
COMUNICACION GRUPAL \* MOVIMIENTOS SOCIALES
- 537 Los Desafíos de la Investigación frente a las Prácticas en el Universo de las Comunicaciones.  
Safar G., E.; 76, 1991, 68-78  
COMUNICACION \* INVESTIGACION \* POLITICA DE LA COMUNICACION
- 538 Mercado, Estado y Sociedad Civil en los Tiempos del Libre Comercio  
Roncagliolo, R.; 80, 1992, 4-8  
POLITICA DE LA COMUNICACION \* INDUSTRIA CULTURAL
- 539 Los Procesos de Comunicación Latinoamericanos en los Tiempo de Libre Comercio.  
Esteinou, J.; 90, 1992, 9-30  
POLITICA DE LA COMUNICACION \* INDUSTRIA CULTURAL
- 540 Países Privatizadores vs. Países Reestructuradores.  
Fuentes, M., Gil, G., González, C.; 80, 1992, 31-51  
POLITICA DE LA COMUNICACION \* INDUSTRIA CULTURAL
- 541 Educación Vía Satélite en América Latina: ¿Y ahora qué?  
Crovi, D.; 80, 1992, 52-59  
TECNOLOGIA \* EDUCACION \* SATELITE DE COMUNICACION
- 542 El Uso del Periódico en la Educación.  
Aguirre, M.; 80, 1992, 60-76  
PERIODISMO \* EDUCACION
- 543 ¿Hacia dónde va la Comunicación e Integración en América Latina?  
Hernández, G.; 80, 1992, 77-87  
INTEGRACION \* POLITICA DE LA COMUNICACION
- 544 Cinco Documentales sobre el Ché: ¿Mito o Realidad?  
Arreaza, E.; 80, 1992, 88-103  
CINE \* ANALISIS DE CONTENIDO
- 545 Del Abismo al Bloqueo Político: el Caso del Perú  
Peirano, L.; 80, 1992, 104-112  
CAMBIO SOCIAL \* INTEGRACION \* DICTADURA \* POLITICA
- 546 Un intento de Golpe de Estado en Venezuela, Visto a través de una Optica Europea  
Estupiñán, L.M.; 80, 1992, 113-124  
POLITICA \* CAMBIO SOCIAL
- 547 Juegos Olímpicos: Comunicación, Tecnología y Negocio.  
Correa, C.; 80, 1992, 125-131  
TECNOLOGIA \* DEPORTES \* TELEVISION
- 548 Libertad de Expresión y Poder de Información Democrático
- Revista SIC; 80, 1992, 132-135  
LEGISLACION \* LIBERTAD DE EXPRESION
- 549 Constitución: Artículo 66  
Pasquali, A.; 80, 1992, 135-137  
LEGISLACION \* LIBERTAD DE EXPRESION
- 550 Artículos sobre Libertad de Expresión tienen Grandes Errores  
Escarrá, H.; 80, 1992, 137-141  
LEGISLACION \* LIBERTAD DE EXPRESION
- 551 La Mala Traducción de América  
Pino Iturrieta, E.; 80, 1992, D3-D8  
IDEOLOGIA \* COLONIALISMO
- 552 Cultura, Tecnología y Modelos Alternativos de Desarrollo  
Lumbreras, L.G.; 80, 1992, D8-D22  
CULTURA \* TECNOLOGIA \* COMUNICACION ALTERNATIVA
- 553 Cabeza de Vaca, Jericó y Danza con Lobos como Espacio de la Representación del Encuentro con la Otridad en América  
Bello, J.A., Faustino, L.A.; 80, 1992, D23-D32  
CINE \* ANALISIS DE CONTENIDO \* INDIGENAS
- 554 Resultados y Gastos Electorales: Resumen Estadístico.  
Aguirre, J. M.; 44, 1984, 102-107  
ENCUESTA \* PROPAGANDA POLITICA \* ASPECTO ECONOMICO

## INDICE DE AUTORES

- «A»  
218
- A.S.C.(Azurmendi, J.F.)  
85
- Abreu Sojo, E. y Abreu Sojo, I.  
429
- Acevedo, J. y Oliveros, G.  
420
- Acuerdo de Cartagena  
233
- Aguirre, D.  
234
- Aguirre, G.  
509
- Aguirre, J.M.  
2, 17, 26, 36, 41, 48, 52, 71, 77, 86, 92, 93, 94, 103, 105, 109, 128, 135, 114, 3, 156, 162, 168, 177, 189, 197, 209, 216, 219, 224, 225, 237, 263, 317, 321, 326, 328, 332, 347, 335, 362, 368, 388, 451, 471, 484, 516, 517, 554
- Aguirre, J. M. y Brito, B.  
348
- Aguirre, J. M., Rey, J. I.  
220
- Aguirre, J. M. y Píriz P., E.  
469
- Aguirre, M.  
475, 542
- Alcalá, A. M.  
21, 304
- Alcalá, G.  
120, 273
- Alcalá, G. y Naranjo, R.  
9
- Alcalá, M.  
340
- Aleiva Abuchaibe, M.  
169
- Alfonzo, A.  
171, 477
- Alvarez Icaza, J.  
173
- Alvarez, A.  
482
- Alvarez, C.  
251
- Alvarez, F.  
46, 114, 274, 414
- Alvarez, C.  
511
- Angulo, Luis  
34
- Anselmi, J. C.  
14
- Antillano, P.  
318
- Anzola, A. J.  
40
- Arenas, P. J.  
126
- Armada, M.  
391
- Arreaza, E.  
535, 544
- Arribas, J.  
396
- Arrieta, M.  
30
- Asociación Francesa de Espectadores de TV.  
476
- Asociación Internacional de los Medios de Comunicación.  
390
- AVIC  
329
- Azurmendi, J. F.  
44, 212
- Barreto, J.  
428, 528
- Barrios, L.  
377, 486
- Baudrillard, J.  
82
- Bello, J.A., Faustino, L.A.  
553
- Benavides, M.  
336
- Benítez, L.  
435
- Bernal, H.  
531
- Bethencourt, A.  
385
- Bisbal, M. 1, 15, 23, 32, 38, 54, 55, 66, 75, 79, 117, 123, 138, 170, 188, 205, 208, 217, 227, 232, 247, 260, 267, 268, 269, 288, 291, 292, 303, 310, 313, 316, 335, 399, 409, 418, 445, 495, 532
- Bisbal, M. y Brito, B.  
430
- Blanco, C.  
375
- Borrat, H.  
489
- Bosc de Oteyza., C.  
144
- Brito, B.  
13, 69, 184, 240, 266, 338, 345, 365, 403, 458, 529
- Brito, B. y Bisbal, M.  
6
- Brito, B. y Tremonti, F.  
439
- Britto García, L.  
343, 395, 452
- C.N.P.  
37, 325
- Cabezas, A.  
81
- Cáceres de Pefaur, B.  
65, 353
- «Caglianone M.; Fuentes, M.F. y Hernández, M.»  
176, 154
- Calderón U., B. y Cedillo, C.  
533
- Cámara de Diputados  
518
- Cañizalez, A. y Correa, C.  
530
- Cantó, L.  
468
- Carías, R.  
12
- Castellanos, M. y Vásquez, A.  
402
- Castillo, M. T. y otros  
5
- Catalán, C. y Sunkel, G.  
474
- CECUTAL  
133
- CENCOS  
142
- Chacón, A.  
166, 196
- Colegio Nacional de Periodista  
149, 161
- Colina, C. E.  
405, 382
- Colmenarez Díaz, H.  
118
- Comisión de Investigadores de Comunicación  
223
- Comité de Santa Fe  
383
- Comité para una Radiotelevisión de Servicio Público  
492, 494, 466
- COMNET-AL  
366
- Compañía de Jesús  
148
- Conde, J. y Villalba, J.  
178
- Conferencia Intergubernamental de Comunicación de América Latina.  
262
- Correa, C.  
467, 514, 515, 547
- Crothers, J.  
271
- Crovi, D.  
541
- Cruces, J.M.  
374, 500
- Cuenca, G.  
370
- Daza, A.  
526
- De La Divina Gracia, Fray Plácido (Ignacio Castillo)  
95
- De La Nuez, S.  
70, 80, 141, 160, 179, 207, 243, 252, 278, 298, 306, 333, 404, 448
- Delapierre, M. y Benoit Zimmerman, J.  
379
- Delgado, K.  
116, 203
- Delgado, C.  
22, 334

- Díaz Rangel, E.  
496
- Díaz Rangel, E. - Periodistas Cubanos  
90
- Díaz Sosa, C.  
244
- Díaz, A.  
53
- Documento de Puebla  
314
- El Centro de Televisión Educativa de la LUZ  
159
- Ellacuría, I.  
147
- ENVIO, Abril 1990  
490
- Equipo Comunicación  
10, 39, 42, 43, 58, 67, 73, 110, 127, 134, 152, 155, 158, 191, 194, 210, 229, 250, 255, 283, 286, 293, 294, 346, 351, 364, 386, 387, 293, 397, 422, 450, 454, 456, 465, 488
- Escarrá, H.  
550
- Espar, M. T.  
444
- Esté, A.  
373, 371, 376
- Esteinou M., J.  
124, 455, 508, 539
- Esteva, R. y Barros, A.  
222
- Estupiñán, L.M.  
546
- FACMUM  
536
- Faraone, R.  
235
- Febres, C. E.  
406
- Federación Latinoamericana de Periodistas  
275
- Fernández Martí, M.  
307
- Fernández, J.  
150
- Fondo Cinematográfico  
122
- Freilich de Segal, A.  
436
- Fuente C., C.  
512
- Fuentes Navarro, R.  
464
- Fuentes, E.  
31
- Fuentes, M., Gil, G., González, C.  
540
- Gacituá, A.  
438
- Garaycocheá, O.  
182
- García, G. y Aguilera, A.  
381
- García, M. y Martínez E.  
398
- Garrido, A.  
367, 407
- Getino, O.  
113
- Giménez, G.  
164
- Giordano, E.  
525
- Gómez C., L.  
424
- González Meseguer, J.  
119
- Grijalba, P. J.  
419
- Grondona, M.  
204
- Guaderrama, M.  
107, 497
- Guarere, A.  
472
- Gubern, R.  
459
- Hernández Díaz, G.  
461
- Hernández Montoya, R.  
206
- Hernández, A. M. y Giménez, L. A.  
434, 446
- Hernández, A. M. y Márquez, E. A.  
426
- Hernández, A. R.  
357
- Hernández, G.  
185, 485, 502, 505, 513, 519, 527, 543,
- Hernández, M.  
352, 363, 427
- Hernández, T.  
106, 360, 423,
- I.I.E.S.  
289
- Ibañez, I.  
84, 311
- IBI  
202
- ILET  
213
- Investigadores de la Escuela de Sociología y Antropología de la UCV.  
305
- IPAL  
322
- Izaguirre, R.  
49, 354
- Izcaray, F.  
221
- Jochamovitz, B.  
437
- Kaplun, M.  
487
- La Junta de Gobierno de Reconstrucción Nacional De La República de Nicaragua.  
33
- La Vega Dice  
174
- La Voz de Caricuao  
175
- Labrador, E.  
180
- Landis, F.  
64, 72
- Lanz, R.  
68
- Lazcano, J. A.  
284
- Lent, J. A.  
239
- Lewis, O.  
87
- Licausi, R.  
409, 447
- Llovera, A.  
421
- Lucien, O.  
356, 521
- Lucien, O. y Ortega, M.  
460
- Lumbreras, L.G.  
552
- Marcano, O.  
290
- Marinoni de Foti, M.  
140
- Márques de Melo, J.  
28, 510
- Márquez, F.G.  
91
- Márquez, N.  
172
- Martínez Alier, J.  
380
- Martínez Terrero, J.  
16, 104, 112, 183, 192, 226, 230, 300, 339, 350, 413
- Martínez, L.  
331
- Martínez, R.  
287, 361
- «Martínez, T.E.; Alvarez, F. y Rangel, C.»  
254
- Masó, F.  
257
- Mata, M.C.  
479, 523
- Mattelart, M.  
51
- Medina, C.  
238
- Miñarro LL., A.  
480
- Mogollón, G.  
88
- Molina, A.  
344
- Montero, O.  
341, 384
- Monteverde, E. D.  
256
- Montiel, O.  
442
- «Morales, E.; Pineda, M. y Rincón, A.»  
463
- Moros, L.  
101, 130
- Movimiento No Alineado  
410
- Movimiento Profesional Antonio José de Sucre  
190
- MTC  
400
- Mújica, H.  
165, 265
- Nebiolo, G. y Otros  
198
- Nicodemo, P.  
493
- Nicodemo, P. y Abreu, I.  
425
- O.H.  
372
- Obadía, G.  
320
- Obregón M., H.  
506
- Olivera, M.  
315
- Oliveros, G.  
4
- Olivieri, A.  
457
- Orozco, E.  
35
- Ortiz, Z.  
63, 323
- Osuna, Y.  
342, 401
- Osuna, Y.  
349
- Oteiza, C. de y Hernández B., M.  
432
- O'Sullivan R., J.  
473

Paéz Avila, J. 258	Revista SIC 548	Rotker, S. 97	Suárez, V. 62.249, 324, 415, 449	Vector 83
Paéz Urdaneta, I. 441	Rey, J.I. 27, 59, 102, 131, 136, 167, 186, 187, 214, 215, 228, 231, 259, 264, 301, 312, 359, 411, 443, 483, 503, 520	Sachs, I. 499	Torres, I. 61	Velasco Moreno, P. 195
Pasquali, A. 498, 501, 507, 549	Reyes Matta, F. y Roncagliolo, R. 47	Safar G., E. 537	Tremonti, F. 8, 115, 157, 277, 319	Velasco, M.A. 369
Peirano, L. 545	Richards, J. A. 29, 201	Salazar, L. 504	Tremonti, F. y Bisbal, M. 111	Velásquez, A. 478
Penzo, J. 132	Rincón, O. 282, 285	Sanoja Hernández, J. 139, 236, 281, 302	Tremonti, F. y Gadea, E. 330	Velásquez, R. J. Avila, F. y Hernández S., J. 417
Penzo, J. y Azpúrua, C. 181	Roca, J. G. 522	Santoro, E. 153	Tremonti, F. 279, 462	Vézga Godoy, L. 261, 433
Perdomo, G. 7	Romero Morantes, A. 440	Scharfenberg, E. 392	Trigo, P. 24, 100	Viana, M. 99
Pérez Vila, M. 78	Romero, A. 389	Schiller, H. 524	Trujillo, A. D. 491	Viera, J. A. y Gallo 121
Pérez Vivas, P. J. 50, 295, 297	Roncagliolo, R. 538	Seligmann-Silva, E. 394	UCIP 163	Vilda, C. 453
Pino Iturrieta, E. 551	Rondón, C. M. 57, 125, 241, 242, 272, 280, 296, 308, 309, 327, 337	Seminario de Periodis- mo: Carlos Fonseca. 76	Ugo 96	Villalba, J. 18, 45, 145, 253
Píriz P., E. 146	Rondón, E. 299, 416	Sequeiros, L. 534	Ulian Migliorni, D. y Luna, O. 378	Viloria P., A. 431
Prato de Fischer, M. 270	Rosas Marcano, J. 89, 137, 151, 245, 246, 248	Serrano, M. de los An- geles y Vanegas, A. 412	UNESCO 3, 193, 199	Viloria, A. 74
Primer Encuentro Nacio- nal de Estudiantes de Comunicación Social. 200	Rostrán, F. 19	Silva, L. 25	Universidad del Zulia 56	Walsh, G. 108
PROVEA. 481		SNTP 470	Uranga, W. 11	Zapata, J. C. 20
Ramos, M. E. 276		Stangelaar, F. 358	Urriola, J. S. 60	Zerpa, F. 211
			Varios 98, 129	

## INDICE TEMATICO

- AGENCIA DE NOTICIAS  
 2, 13, 20
- AGENCIA DE NOTICIAS \* CIRCULACION DE LA INFORMACION \* PRENSA  
 1
- AGENCIA DE NOTICIAS \* IMPERIALISMO  
 15, 66
- AGENCIA DE NOTICIAS \* RELIGION \* ANALISIS DE CONTENIDO  
 11
- AGENCIA DE NOTICIAS \* UNESCO  
 3
- AGENCIAS DE NOTICIAS \* FLUJO DE NOTICIAS  
 432
- ANALISIS DE CONTENIDO \* CINE \* CLASE SOCIAL  
 24
- ANALISIS DE CONTENIDO \* ESTEREOTIPO  
 65
- ANALISIS DE CONTENIDO \* IDEOLOGIA  
 343
- ANALISIS DE CONTENIDO \* IDEOLOGIA \* MITO \* TECNOLOGIA  
 63
- ANALISIS DE CONTENIDO \* IDEOLOGIA \* NIÑO \* TELEVISION  
 22
- ANALISIS DE CONTENIDO \* IDEOLOGIA \* PROPAGANDA POLITICA  
 64
- ANALISIS DE CONTENIDO \* MUJER  
 342
- ANALISIS DE CONTENIDO \* MUJER \* PUBLICIDAD  
 21
- ANALISIS DE CONTENIDO \* NIÑO  
 38
- ANALISIS DE CONTENIDO \* POLITICA \* INFORMACION  
 69
- ANALISIS DE CONTENIDO \* PRENSA  
 23, 62
- ANALISIS DE CONTENIDO \* PRENSA \* ESTEREOTIPOS  
 26
- ANALISIS DE CONTENIDO \* PRENSA \* PROVINCIA  
 32
- ANALISIS DE CONTENIDO \* PROPAGANDA POLITICA  
 39
- ANALISIS DE CONTENIDO \* RELIGION  
 347
- ANALISIS DE CONTENIDO \* RELIGION \* AGENCIA DE NOTICIAS  
 41
- ANALISIS DE CONTENIDO \* RELIGION \* IGLESIA  
 47
- ANALISIS DE CONTENIDO \* SEMIOLOGIA \* POLITICA  
 36
- ANALISIS DE CONTENIDO \* TELEVISION  
 341
- ANALISIS ESTRUCTURAL  
 79
- ANALISIS ESTRUCTURAL \* IDEOLOGIA  
 82
- ANALISIS ESTRUCTURAL \* IDEOLOGIA \* CLASE SOCIAL  
 86
- ANALISIS ESTRUCTURAL \* IDEOLOGIA \* SEMIOLOGIA  
 75
- ANALISIS ESTRUCTURAL \* IDEOLOGIA \* SEMIOLOGIA \* CLASE SOCIAL  
 71
- ANALISIS ESTRUCTURAL \* MITO  
 349
- ANALISIS ESTRUCTURAL \* MITO \* POLITICA  
 348
- ANTROPOLOGIA \* CLASE SOCIAL  
 87
- ARTE \* CULTURA  
 88
- ASPECTO ECONOMICO  
 122, 350, 351
- ASPECTO ECONOMICO \* CINE  
 54
- ASPECTO ECONOMICO \* DEPORTE  
 112
- ASPECTO ECONOMICO \* INDUSTRIA CULTURAL  
 113
- ASPECTO ECONOMICO \* MONOPOLIO  
 124
- ASPECTO HISTORICO  
 106, 107
- ASPECTO POLITICO  
 131, 137, 151
- ASPECTO POLITICO \* CENSURA  
 102
- ASPECTO POLITICO \* DICTADURA  
 142
- ASPECTO POLITICO \* OPINION PUBLICA  
 17
- ASPECTO POLITICO \* PROPAGANDA POLITICA  
 128
- ASPECTO POLITICO \* ESTEREOTIPO \* ANALISIS DE CONTENIDO  
 353
- AUDIENCIA \* INVESTIGACION \* TELEVISION  
 486
- AUDIENCIA \* TELEVISION \* ETICA  
 476
- BARRERA A LA COMUNICACION \* ESTEREOTIPO  
 153
- CAMBIO SOCIAL \* INTEGRACION \* DICTADURA \* POLITICA  
 545
- CAMPESINOS  
 154
- CENTRO DE COMUNICACION  
 467



- CENTRO DE COMUNICACION \* COMUNICACION POPULAR  
173
- CINE  
132, 152, 155, 160, 178, 180, 181, 182, 340, 355, 356
- CINE \* ANALISIS DE CONTENIDO  
544
- CINE \* ANALISIS DE CONTENIDO \* INDIGENAS  
553
- CINE \* ANTROPOLOGIA  
460
- CINE \* ASPECTO ECONOMICO  
110, 143, 461
- CINE \* ASPECTO ECONOMICO \* INTEGRACION  
134
- CINE \* CENSURA  
491
- CINE \* CLASE OBRERA  
133
- CINE \* CRITICA  
179
- CINE \* DIRECTORES \* HISTORIA  
344
- CINE \* EMPRESA \* COOPERATIVA  
40
- CINE \* HISTORIA  
125
- CINE \* HISTORIA \* ACTORES  
354
- CINE \* HISTORIA \* UNIVERSIDAD  
97
- CINE \* INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA \* LEGISLACION  
502
- CINE \* INDUSTRIA CULTURAL  
129
- CINE \* JOVEN \* INFLUENCIA  
396
- CINE \* LEGISLACION  
123
- CINE \* MOVIMIENTOS SOCIALES \* COMUNIDAD  
535
- CINE \* PUBLICIDAD  
70
- CINE \* SOCIOLOGIA \* ANALISIS DE CONTENIDO  
162
- CINE \* TECNOLOGIA  
157
- CLASE SOCIAL  
99
- CLASE SOCIAL \* CINE  
100
- COMUNICACION ALTERNATIVA  
30, 83, 183, 184, 359, 360, 361
- COMUNICACION ALTERNATIVA \* COMUNICACION POPULAR  
27
- COMUNICACION ALTERNATIVA \* EDUCACION  
357
- COMUNICACION ALTERNATIVA \* PRENSA  
29
- COMUNICACION ALTERNATIVA \* PRENSA \* COMUNIDAD  
28
- COMUNICACION ALTERNATIVA \* UNIVERSIDAD  
200
- COMUNICACION ALTERNATIVA \* VIDEOCASSETTE  
358
- COMUNICACION DE MASAS \* COMUNICACION EN GRUPO  
423
- COMUNICACION GRUPAL \* MOVIMIENTOS SOCIALES  
536
- COMUNICACION POPULAR  
164, 175
- COMUNICACION POPULAR \* AUDIENCIA \* RADIO  
479
- COMUNICACION POPULAR \* CLASE SOCIAL  
176
- COMUNICACION POPULAR \* COMUNICACION ALTERNATIVA  
186
- COMUNICACION POPULAR \* MUSICA  
172
- COMUNICACION POPULAR \* PRENSA  
174
- COMUNICACION \* ASPECTO POLITICO \* DESCENTRALIZACION  
150
- COMUNICACION \* ECOLOGIA  
369, 389, 499, 500
- COMUNICACION \* ECOLOGIA \* CULTURA  
382
- COMUNICACION \* ECOLOGIA \* RELIGION  
534
- COMUNICACION \* ECOLOGIA \* TECNOLOGIA  
394, 427
- COMUNICACION \* ETICA  
503, 528
- COMUNICACION \* INDUSTRIA CULTURAL \* POLITICA  
509
- COMUNICACION \* INDUSTRIA \* POLITICA  
510, 522
- COMUNICACION \* INDUSTRIA \* POLITICA \* LEGISLACION  
508
- COMUNICACION \* INVESTIGACION  
463, 497
- COMUNICACION \* INVESTIGACION \* POLITICA DE LA COMUNICACION  
537
- COMUNICACION \* INVESTIGACION \* SOCIOLOGIA  
495
- COMUNICACION \* POLITICA  
474
- COMUNICACION \* POLITICA \* LIBERTAD DE EXPRESION \* UNESCO  
524
- COMUNICACION \* TELEVISION \* ETICA \* LEGISLACION  
527
- CONCENTRACION ECONOMICA \* MONOPOLIO  
177
- CONCENTRACION ECONOMICA \* MONOPOLIO \* PRENSA  
187
- CONCENTRACION ECONOMICA \* RADIO  
188
- CONCENTRACION ECONOMICA \* ASPECTO ECONOMICO \* MONOPOLIO  
158
- CONCIERTIZACION \* IDEOLOGIA \* COMUNICACION ALTERNATIVA  
67
- CONTRATO \* LEGISLACION LABORAL  
365

- CULTURA  
98, 156, 189
- CULTURA POPULAR  
93, 166
- CULTURA \* ARTE \* MODERNIDAD  
211
- CULTURA \* FOLKLORE  
25
- CULTURA \* MARXISMO  
68
- CULTURA \* POLITICA  
191
- CULTURA \* POLITICA DE LA COMUNI-  
CACION \* UNESCO  
192, 193
- CULTURA \* TECNOLOGIA \* COMUNI-  
CACION ALTERNATIVA \* DESARRO-  
LLO  
552
- DERECHO A LA INFORMACION \* ETI-  
CA  
167, 201
- DERECHOS HUMANOS \* LIBERTAD DE  
EXPRESION  
481
- ECOLOGIA  
352, 363
- ECOLOGIA \* CLASES SOCIALES  
380
- ECOLOGIA \* EDUCACION  
374
- EDUCACION  
168, 194
- EDUCACION \* HISTORIA \* MITO  
367
- EFECTO DE LA COMUNICACION \* ES-  
TEREOTIPO  
94
- EFECTO DE LA COMUNICACION \*  
IDEOLOGIA  
368
- EFECTO SOBRE EL PUBLICO \* NIÑO \*  
TELEVISION  
126
- EFECTO SOBRE EL PUBLICO \* TELEVI-  
SION \* CONSUMO  
487
- EMPRESA COMERCIAL \* PROPAGAN-  
DA POLITICA  
170
- EMPRESA COMERCIAL \* TELEVISION \*  
ASPECTO ECONOMICO  
169
- ENCUESTA \* IDEOLOGIA \* PROPAGA-  
NDA POLITICA  
196
- ENCUESTA \* POLITICA  
490
- ENCUESTA \* PROPAGANDA POLITI-  
CA  
171, 195, 197, 289
- ENCUESTA \* PROPAGANDA POLITI-  
CA \* ASPECTO ECONOMICO  
48, 554
- ESCUELA DE PERIODISMO \* UNIVER-  
SIDAD  
58, 84, 85, 127
- ESCUELA \* HISTORIA \* PLAN DE ESTU-  
DIOS  
146
- ESCUELA \* UNIVERSIDAD \* IGLESIA  
147, 148
- ETICA PROFESIONAL  
59, 204
- ETICA PROFESIONAL \* PUBLICIDAD  
205
- ETICA \* DERECHO A LA LIBERTAD DE  
EXPRESION \* LEGISLACION  
526
- ETICA \* PROFESION  
507
- ETICA \* PUBLICO \* RADIODIFUSION  
483
- ETICA \* SENSACIONALISMO  
139
- ETICA \* SEXUALIDAD \* SENSACIONA-  
LISMO  
505
- FORMACION PROFESIONAL  
371
- FORMACION PROFESIONAL \* ESCUE-  
LAS \* UNIVERSIDAD  
370
- FOTONOVELA  
372
- GRUPOS SOCIALES \* COMUNIDAD \*  
OPINION PUBLICA  
425
- GRUPOS SOCIALES \* MOVIMIENTOS  
POLITICOS \* DEMOCRACIA  
424
- HUMORISMO  
12, 61, 116, 206, 207
- HUMORISMO \* GRAFICO  
96, 101, 130
- HUMORISMO \* LITERATURA  
60
- HUMORISMO \* POLITICA  
203
- HUMORISMO \* RELIGION  
95, 362, 388
- IDEOLOGIA POLITICA  
376
- IDEOLOGIA POLITICA \* HISTORIA \* MI-  
TO  
375
- IDEOLOGIA \* COLONIALISMO  
551
- IDEOLOGIA \* ESTEREOTIPOS  
373
- IDEOLOGIA \* HUMOR  
103
- IMPERIALISMO CULTURAL \* POLITI-  
CA  
383
- IMPERIALISMO CULTURAL \* TELEVI-  
SION \* POLITICA  
384
- IMPERIALISMO \* ASPECTO ECONOMI-  
CO  
104
- INDUSTRIA CULTURAL \* AUDIOVI-  
SUAL  
386
- INDUSTRIA CULTURAL \* ESTADISTIC-  
AS  
105
- INDUSTRIA CULTURAL \* IMPERIALIS-  
MO  
165
- INDUSTRIA DEL DISCO \* POLITICA  
431
- INDUSTRIA \* POLITICA DE LA COMU-  
NICACION \* CANTV  
520
- INDUSTRIA \* POLITICA DE LA  
COMUNICACION \* CANTV \* TELEFO-  
NO  
521
- INFORMACION  
4
- INFORMACION INTERNACIONAL \*  
AGENCIA DE NOTICIAS  
496
- INFORMACION \* NOMIC  
212, 213

- INFORMACION \* POLITICA \* IMPERIALISMO \* AGENCIA DE NOTICIAS  
485
- INFORMACION \* PRENSA  
208
- INFORMACION \* PROPAGANDA POLITICA  
72
- INFORMATICA  
202, 378
- INFORMATICA \* BASE DE DATOS \* COMNET-AL  
366
- INFORMATICA \* IMPERIALISMO CULTURAL  
385
- INFORMATICA \* INTEGRACION  
14
- INFORMATICA \* POLITICA DE LA COMUNICACION  
379
- INTEGRACION CULTURAL  
117, 118, 209
- INTEGRACION DE LA COMUNICACION  
390
- INTEGRACION \* POLITICA DE LA COMUNICACION  
543
- INVESTIGACION  
42, 210, 217, 218, 219, 224, 229, 377
- INVESTIGACION COMUNICACIONAL  
465
- INVESTIGACION COMUNICACIONAL \* REVISTA  
488
- INVESTIGACION \* AVIC  
220
- INVESTIGACION \* COMUNICACION ALTERNATIVA  
227
- INVESTIGACION \* DEMOCRACIA  
214
- INVESTIGACION \* ESCUELA \* UNIVERSIDAD  
215
- INVESTIGACION \* NIÑO  
225
- INVESTIGACION \* NOMIC  
228
- INVESTIGACION \* POLITICA DE LA COMUNICACION  
221, 222, 223, 226
- INVESTIGACION \* PROPAGANDA POLITICA  
44
- INVESTIGACION \* PROVINCIA  
43
- INVESTIGACION \* SOCIOLOGIA  
428
- JOVEN  
119
- JOVEN \* ACTORES \* IDEOLOGIA  
395
- JOVEN \* HISTORIA  
392
- JOVEN \* IDENTIDAD  
391
- JOVEN \* IDEOLOGIA  
393
- LECTORIA \* NIÑO \* LIBRO  
45
- LEGISLACION  
120, 231, 398
- LEGISLACION \* CINE  
49
- LEGISLACION \* CINE  
232
- LEGISLACION \* CINE \* INTEGRACION CULTURAL  
233
- LEGISLACION \* CINE \* RADIO \* TV \* POLITICA DE LA COMUNICACION  
466
- LEGISLACION \* CULTURA  
46
- LEGISLACION \* ETICA \* POLITICA  
517
- LEGISLACION \* LIBERTAD DE EXPRESION  
548, 549, 550
- LEGISLACION \* POLITICA DE LA COMUNICACION  
33
- LEGISLACION \* POLITICA DE LA COMUNICACION \* TECNOLOGIA  
397
- LEGISLACION \* PUBLICIDAD  
230
- LEGISLACION \* TELECOMUNICACIONES  
400
- LIBERTAD DE EXPRESION  
5
- LIBERTAD DE EXPRESION \* CENSURA \* DEMOCRACIA  
6
- LIBERTAD DE EXPRESION \* CINE  
7
- LIBERTAD DE EXPRESION \* DICTADURA  
234, 235
- LIBERTAD DE EXPRESION \* HISTORIA \* PRENSA  
236
- LIBERTAD DE EXPRESION \* IGLESIA \* CINE \* CENSURA  
237
- LIBERTAD DE EXPRESION \* PERIODISTAS  
50
- LIBERTAD DE PRENSA  
238
- LIBERTAD DE PRENSA \* ASPECTO ECONOMICO \* EMPRESA  
8
- LIBERTAD DE PRENSA \* PERIODISMO \* LEGISLACION  
9
- MEDIOS DE COMUNICACION DE MASAS \* INVESTIGACION \* CAPACITACION DE PERIODISTAS \* ESCUELAS DE PERIODISMO  
464
- MEDIOS DE COMUNICACION DE MASAS \* SEMIOLOGIA \* TELEVISION  
506
- METODOLOGIA \* INVESTIGACION  
480
- MONOPOLIO \* IMPERIALISMO \* ESTADISTICAS \* TECNOLOGIA  
10
- MONOPOLIO \* INDUSTRIA CULTURAL  
239
- MUJER  
73
- MUJER \* ANALISIS DE CONTENIDO \* IDEOLOGIA \*  
402
- MUJER \* ESTEREOTIPO  
31
- MUJER \* IDEOLOGIA \* TELENOVELA  
401
- MUJER \* PERIODISMO  
240

- MUJER \* PERIODISTAS  
403
- MUSICA  
51, 74, 243, 244
- MUSICA \* CLASE SOCIAL  
241
- MUSICA \* COMUNICACION POPULAR  
242
- MUSICA \* INDUSTRIA CULTURAL  
52, 53
- MUSICA \* MITO  
404
- NIÑO \* CINE  
80
- NIÑO \* HUMOR  
245
- NIÑO \* LITERATURA  
18
- NIÑO \* OPINION PUBLICA \* POLITICA  
89
- NOTICIAS RADIOFONICAS \* RADIOYENTES \* AUDIENCIA  
514
- OPINION PUBLICA \* ENCUESTA \* MEDIOS DE COMUNICACION  
484
- OPINION PUBLICA \* NIÑO \* POLITICA  
246
- OPINION PUBLICA \* POLITICA  
248
- OPINION PUBLICA \* TELEVISION  
247
- PAIS EN DESARROLLO \* POLITICA  
410
- PAIS EN DESARROLLO \* PRENSA  
249
- PARTICIPACION  
411
- PARTICIPACION \* EMPRESA  
413
- PARTICIPACION \* PERIODISTAS  
345
- PARTICIPACION \* POLITICA DE LA COMUNICACION  
412
- PERIODISMO  
251, 252, 253, 254, 468
- PERIODISMO \* ASPECTO ECONOMICO \* SINDICATOS  
470
- PERIODISMO \* COMUNICACION ALTERNATIVA  
250
- PERIODISMO \* EDUCACION  
542
- PERIODISMO \* HISTORIA  
414
- PERIODISMO \* IGLESIA \* UCIP  
163
- PERIODISMO \* INVESTIGACION \* POLITICA  
145
- PERIODISMO \* POLITICA \* DICTADURA  
19
- PERIODISMO \* POLITICA \* LIBERTAD DE EXPRESION  
90
- PERIODISMO \* PRENSA ESCRITA \* INVESTIGACION  
144
- PERIODISMO \* PROFESION \* ESCUELA \* UNIVERSIDAD  
469
- PERIODISMO \* TECNOLOGIA  
415
- PERIODISMO \* TECNOLOGIA DE LAS COMUNICACIONES \* PROFESION  
475
- PERIODISMO \* TECNOLOGIA \* HISTORIA  
416
- PERIODISTAS  
257, 258, 346, 419
- PERIODISTAS \* HISTORIA  
417
- PERIODISTAS \* MUJER  
421
- PERIODISTAS \* PROFESION  
256
- PERIODISTAS \* PROFESION \* MUJER  
422
- PERIODISTAS \* SINDICATO  
406
- PERIODISTAS \* SINDICATO \* CNP  
418
- PERIODISTAS \* UNIVERSIDAD \* CNP  
420
- PODER POLITICO \* IDEOLOGIA \* UTOPIA  
407
- POLITICA DE COMUNICACION \* DEMOCRACIA \* RADIODIFUSION  
492, 494
- POLITICA DE COMUNICACION \* ETICA \* LEGISLACION  
498
- POLITICA DE LA COMUNICACION  
259, 260, 261, 262, 264, 265, 408, 409, 430, 433
- POLITICA DE LA COMUNICACION \* CANTV  
190
- POLITICA DE LA COMUNICACION \* EMPRESA  
91
- POLITICA DE LA COMUNICACION \* ENCUESTA  
429
- POLITICA DE LA COMUNICACION \* INDUSTRIA CULTURAL \* MERCADO  
538, 539, 540
- POLITICA DE LA COMUNICACION \* LEGISLACION \* NUEVAS TECNOLOGIAS  
109
- POLITICA DE LA COMUNICACION \* PLANIFICACION  
263, 266
- POLITICA DE LA COMUNICACION \* UNESCO  
339
- POLITICA DE LA COMUNICACION \* UNESCO \* NOMIC  
199
- POLITICA \* CAMBIO SOCIAL  
546
- POLITICA \* ENCUESTA \* OPINION PUBLICA  
493
- PRENSA  
267, 269, 270
- PRENSA BURGUESA  
272
- PRENSA BURGUESA \* ASPECTO ECONOMICO \* MONOPOLIO  
434
- PRENSA ESCRITA \* ANALISIS DE CONTENIDO \* CAMBIO SOCIAL  
482
- PRENSA ESCRITA \* POLITICA  
489

- PRENSA ESCRITA \* POLITICA \* CAMBIO SOCIAL  
114
- PRENSA \* POLITICA  
268, 271
- PRENSA \* POLITICA DE LA COMUNICACION.  
92
- PRENSA \* PRENSA MARGINAL \* POPULAR  
426
- PRENSA \* REVISTAS \* ECOLOGIA  
364
- PROFESION  
76
- PROFESION \* ASPECTO ECONOMICO \* CNP  
149
- PROFESION \* CNP  
161, 274, 273
- PROFESION \* ESCUELA \* PERIODISMO \* UNIVERSIDAD  
471
- PROFESION \* FELAP  
275
- PROGRAMA DE RADIO \* RADIONOVELA  
435
- PROGRAMA DE TELEVISION  
277
- PROGRAMA DE TELEVISION \* AUDIENCIA \* MUJER  
437
- PROGRAMA DE TELEVISION \* CRITICA  
438
- PROGRAMA DE TELEVISION \* HISTORIA \* LEGISLACION  
439
- PROGRAMA DE TELEVISION \* HUMORISMO  
278
- PROGRAMA DE TELEVISION \* MUSICA  
279
- PROGRAMA DE TELEVISION \* TELENOVELA  
140, 436
- PROPAGANDA BELICA \* AGENCIAS DE NOTICIAS  
525
- PROPAGANDA POLITICA  
77, 141, 280, 281, 285, 286, 440, 441, 443
- PROPAGANDA POLITICA \* ASPECTO ECONOMICO  
283, 442
- PROPAGANDA POLITICA \* DICTADURA  
290
- PROPAGANDA POLITICA \* ESTADISTICAS  
284
- PROPAGANDA POLITICA \* TELEVISION  
282
- PROVINCIA  
291, 292, 293
- PROVINCIA \* HISTORIA \* PRENSA  
78
- PROVINCIA \* RADIODIFUSION  
294
- PUBLICACION PERIODICA  
297, 299
- PUBLICACION PERIODICA \* CINE  
298
- PUBLICACION PERIODICA \* POLITICA  
295
- PUBLICIDAD  
300
- PUBLICIDAD PERIODICA  
296
- PUBLICIDAD \* ASPECTO ECONOMICO  
16
- PUBLICIDAD \* CINE  
306
- PUBLICIDAD \* DEMOCRACIA  
301
- PUBLICIDAD \* HISTORIA  
302
- PUBLICIDAD \* INVESTIGADORES  
305
- PUBLICIDAD \* MUJER  
304
- PUBLICIDAD \* POLITICA  
307
- PUBLICIDAD \* SEMIOLOGIA  
303
- RADIO  
308, 309, 445
- RADIO \* LEGISLACION \* CULTURA  
399
- RADIO \* MUSICA  
310
- RADIO \* POLITICA  
185
- RADIO \* POLITICA DE COMUNICACION  
447
- RADIO \* RADIO EDUCATIVA \* SUTATENZA  
531
- RADIO \* RADIODIFUSION LOCAL \* RADIO FE Y ALEGRIA  
530
- RADIO \* RADIODIFUSION NACIONAL \* POLITICA \* LA VOZ DE VENEZUELA  
529
- RADIO \* TELEVISION \* ASPECTO ECONOMICO \* MONOPOLIO  
446
- RADIODIFUSION EDUCATIVA  
311
- RADIODIFUSION EDUCATIVA \* RADIO \* EDUCACION  
81
- RADIODIFUSION \* INDUSTRIA DE LA RADIO  
532
- RADIODIFUSION \* INVESTIGACION \* PRODUCCION RADIOFONICA  
515
- RADIODIFUSION \* MEDIOS DE COMUNICACION DE MASAS  
523
- RADIODIFUSION \* POLITICA \* RADIODIFUSION COMERCIAL  
533
- RADIODIFUSION \* PRODUCCION RADIOFONICA \* NOTICIAS RADIOFONICAS \*  
513
- RECEPCION \* TELEVISION  
448
- RELIGION \* IGLESIA  
312, 313, 314, 451
- SEMIOLOGIA \* COMIC  
138
- SEMIOLOGIA \* LENGUAJE \* PERIODISMO  
34
- SEMIOLOGIA \* PROPAGANDA POLITICA  
444, 452

- SEMIOLOGIA \* PUBLICIDAD  
316
- SENSACIONALISMO \* VIOLENCIA  
317
- SINDICATO \* INFORMACION  
108
- TEATRO  
318
- TEATRO \* IDEOLOGIA \* MITO  
453
- TECNOLOGIA  
136, 319
- TECNOLOGIA \* BASE DE DATOS \* NOMIC  
121
- TECNOLOGIA \* CNP  
325
- TECNOLOGIA \* CNP \* PERIODISTAS  
37
- TECNOLOGIA \* DEPORTES \* TELEVISION  
547
- TECNOLOGIA \* EDUCACION \* SATELITE DE COMUNICACION  
541
- TECNOLOGIA \* IDEOLOGIA  
321
- TECNOLOGIA \* IDEOLOGIA \* INFORMACION  
322
- TECNOLOGIA \* IDEOLOGIA \* MITO  
323
- TECNOLOGIA \* INDUSTRIA CULTURAL \* AUDIOVISUAL  
450
- TECNOLOGIA \* INFORMATICA \* NIÑO  
405
- TECNOLOGIA \* PERIODISMO  
35
- TECNOLOGIA \* POLITICA DE COMUNICACION  
454
- TECNOLOGIA \* POLITICA DE COMUNICACION \* SOCIOLOGIA  
455
- TECNOLOGIA \* PRENSA  
456
- TECNOLOGIA \* PROFESION  
324, 449
- TECNOLOGIA \* SATELITE DE COMUNICACION \* MONOPOLIO  
135
- TECNOLOGIA \* TELECOMUNICACIONES  
320
- TELE-ENSEÑANZA \* TELEVISION  
326
- TELECOMUNICACION \* LEGISLACION  
516, 518
- TELECOMUNICACION \* POLITICA DE COMUNICACION  
501
- TELEVIDENTE \* TELEVISION  
55
- TELEVISION  
111
- TELEVISION \* ASPECTO ECONOMICO \* MERCADO TRANSNACIONAL  
472
- TELEVISION \* CENSURA  
333
- TELEVISION \* CULTURA POPULAR  
327
- TELEVISION \* DEMOCRACIA  
504
- TELEVISION \* DEPORTE \* ASPECTO ECONOMICO  
462
- TELEVISION \* DERECHOS HUMANOS \* IMPERIALISMO  
115
- TELEVISION \* ESTEREOTIPOS SEXUALES \* ANALISIS DE CONTENIDO  
381
- TELEVISION \* HISTORIA  
328
- TELEVISION \* NOTICIERO \* COMUNIDAD  
511
- TELEVISION \* POLITICA DE COMUNICACION  
477
- TELEVISION \* POLITICA DE COMUNICACION \* TVN 5  
478
- TELEVISION \* POLITICA DE LA COMUNICACION  
210
- TELEVISION \* POLITICA DE LA COMUNICACION \* AVIC  
329
- TELEVISION \* POLITICA DE LA COMUNICACION \* PLANIFICACION  
512
- TELEVISION \* PROGRAMA DE TV.  
330
- TELEVISION \* PROGRAMAS DE TELEVISION \* PUBLICOS  
519
- TELEVISION \* PROSPECTIVA  
457
- TELEVISION \* RELIGION \* EFECTO SOBRE EL PUBLICO \* TELEVIDENTE  
473
- TELEVISION \* UNIVERSIDAD  
159
- TIRA COMICA  
276, 335, 337
- TIRA COMICA \* COMIC  
57, 198, 287
- TIRA COMICA \* COMIC \* ANALISIS DE CONTENIDO  
332
- TIRA COMICA \* INDUSTRIA CULTURAL \* IDEOLOGIA  
255
- TIRA COMICA \* SEMIOLOGIA  
331
- TV-EDUCATIVA \* ANALISIS DE CONTENIDO \* VALORES  
334
- TV-EDUCATIVA \* TECNOLOGIA \* SATELITE  
338
- TV-EDUCATIVA \* TELEVISION \* EDUCACION  
336
- TV-EDUCATIVA \* UNIVERSIDAD  
56
- UNESCO \* NOMIC  
288
- VIDEOCASSETTE  
458
- VIDEOCASSETTE \* EDUCACION  
459

# comunicación

ESTUDIOS VENEZOLANOS DE COMUNICACION  
PERSPECTIV A CRITICA Y ALTERNATIVA

## SUSCRIPCIONES

(4 números al año)

Venezuela	Bs.	700.00	(aéreo)
Extranjero	US\$	14.00	(superficie)
América	US\$	26.00	(aéreo)
Resto del mundo	US\$	30.00	(aéreo)
Número suelto	Bs.	200	

Revista COMUNICACION  
Centro Gumilla  
Edif. Centro Valores, P.B.  
Apartado 48 38  
Caracas 1020-A, Venezuela

# *¡Ahora es más fácil leer!*

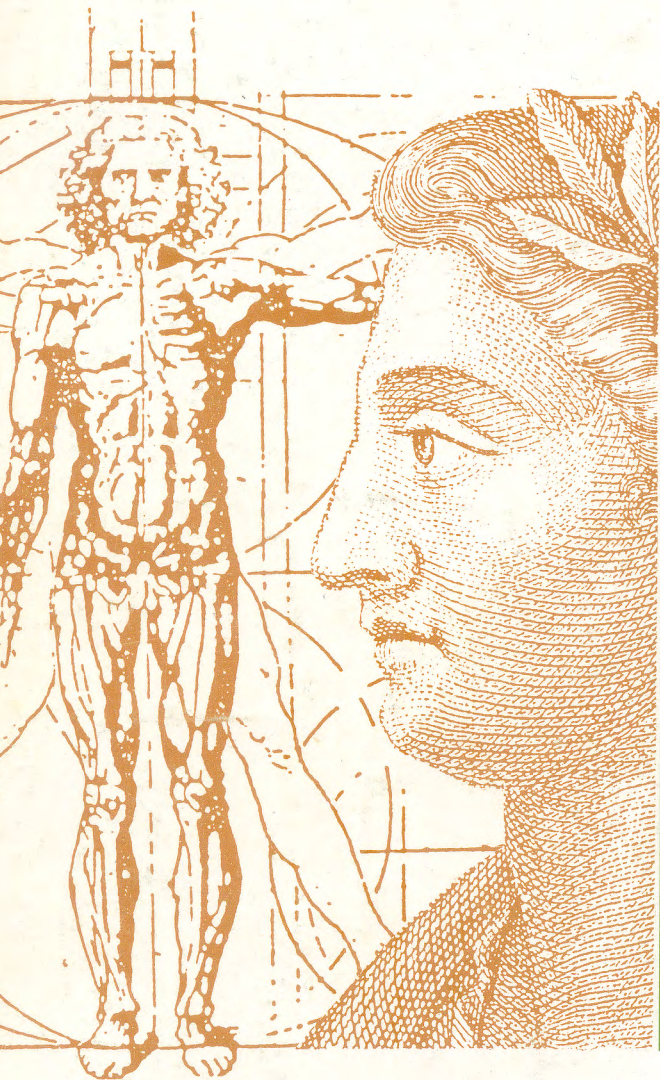
## **Proyecto "CLUB DE LECTORES"**

### **CONDICIONES GENERALES**

1. El CLUB DE LECTORES, proyecto patrocinado por DISTRIBUIDORA ESTUDIOS, (D.E.) no pretende fines de lucro. Se propone fomentar e incrementar los niveles de lectura amenazados ultimamente por la incesante alza del dólar. Las «cuotas de inscripción», así como los intereses bancarios generados, se destinarán a la financiación y ampliación del Fondo Bibliográfico y al pago de los gastos de operación.
2. El proyecto implica «buena voluntad y colaboración» por parte de los SOCIOS. La responsabilidad, cuidado en el manejo y la entrega puntual de los libros alquilados contribuirá a que el proyecto tenga éxito.
3. No se admiten inscripciones institucionales. Todas son personales.
4. Se concederá carnet de SOCIO a quien se haya inscrito una vez pagada la cuota de inscripción reglamentada:
  - Estudiantes de Educ. Básica y Divers. 1.000 Bs.
  - Universitarios de Pregrado 1.500 Bs.
  - Otros 3.000 Bs.
5. Para solicitar cualquier libro es requisito indispensable la presentación del carnet. Debe notificarse cuanto antes la pérdida de dicho carnet el cual tendrá una vigencia de cinco años. Al cabo de los cuales los Socios deberán actualizar sus datos personales y renovar a la vez la cuota de inscripción.
6. Las áreas o temáticas asumidas por DISTRIBUIDORA ESTUDIOS (D.E.) son: Filosofía - Educación - Teología y Espiritualidad - Literatura - Narrativa y Libros de Consulta Infantil y Juvenil - Comunicación - Ciencias Sociales - Historia - Psicología - Libros de Venezuela.
7. Sólo podrá ser retirado un libro cada vez.
8. El precio del alquiler corresponderá al 10% del PVP del libro solicitado.
9. Cuando haya sido solicitado un título del cual existen varios ejemplares, se entregará en alquiler uno que haya sido usado ya anteriormente a no ser que solamente los nuevos estén disponibles. No nos hemos propuesto proporcionar «textos de aula» sino libros de consulta. Por eso D.E. no se obliga a tener disponibles para el alquiler más de tres (3) ejemplares de un mismo título.
10. El plazo de alquiler no deberá sobrepasar los tres (3) meses. Quien solicite una prórroga deberá pagar un nuevo alquiler.
11. Ante la imposibilidad de calibrar con objetividad el deterioro de los libros alquilados D.E. se reserva el derecho de embargar total o parcialmente la cuota de inscripción, la cual deberá ser reintegrada si el Socio desea permanecer en el Club. Cualquier subrayado, dibujo, sustracción de página o desencuadernamiento son causales graves. Igualmente los casos de extravío o mora prolongada no avisada.
12. Cada «punto o agencia» de inscripción dispondrá de un **listado selectivo** con los títulos que integran el «fondo bibliográfico» ofrecido a los Socios por el Club. Posteriormente, cada seis meses, ofreceremos nuevos listados con las «novedades» adquiridas e incorporadas al referido «Fondo Bibliográfico» permanente. Recordamos, sin embargo, que la Librería Estudios está totalmente a disposición de los Socios del Club.
13. La sección de «Literatura Infantil y Juvenil» así como los libros de formación general para jóvenes y adolescentes se integra también al fondo bibliográfico del Club de Lectores. Nos interesa sembrar en los niños afición por la Lectura.
14. Procuraremos suministrar cualquier título solicitado por los clientes del Club con tal de que pertenezca a la temática asumida por DISTRIBUIDORA ESTUDIOS. Si no consta en nuestro «Fondo Editorial» procuraremos conseguirlo. Pero en este caso no será alquilado sino vendido. La entrega dependerá entonces del tiempo necesario para localizarlo en el país de origen o en alguna otra librería del país. En estos casos recomendamos solicitar los libros con un mes o más de antelación, al menos.
15. Quien desee comprar algún libro de los que hayan sido alquilados pagará el PVP fijado en el libro menos la cantidad acumulada por los diversos alquileres.
16. DISTRIBUIDORA ESTUDIOS puede disolver el Club de Lectores cuando lo juzgue oportuno. En ese caso los Socios que para ese momento lleven menos de un (1) año de pertenencia al Club, tienen derecho a la devolución de su cuota de inscripción.
17. DISTRIBUIDORA ESTUDIOS se reserva también el derecho de revisar y ajustar las presentes cláusulas o condiciones de funcionamiento del Club. En todo caso en ningún caso podrá elevar la cuota de inscripción a los Socios inscritos mientras tengan su carnet vigente.
18. Para facilitar el servicio los «puntos» de inscripción y alquiler serán (por ahora):
  - \* DISTRIBUIDORA ESTUDIOS: Librería
  - \* UCV: Librería Parroquia Universitaria
  - \* UCAB: Departamento de Pastoral
  - \* CERPE: Biblioteca...en los horarios fijados por cada una de las instituciones referidas.
19. La fase de inscripción y de alquiler se abrirá a partir del día 3 de mayo en los «puntos o centros de recepción» anunciados.
20. La firma de la PLANILLA DE INSCRIPCIÓN supone e implica la aceptación de estas condiciones.

Caracas, 1° Abril de 1993





## **ENTRADA**

- **Comunicación y consumo en tiempos neoconservadores**  
Néstor García Canclini
- **Memoria del tiempo nuevo**  
Agustín Martínez
- **Transformación social y creación cultural**  
Cornelius Castoriadis
- **McLuhan, comunicación, cultura y postmodernidad**  
David De Los Reyes
- **Toffler: ¿y si también tiene razón?**  
Miguel Cabrera Bilners

## **ESTUDIOS**

- **La cultura mediatizada**  
Olga de Alvarez
- **Postmodernismo, desarrollo y voces subalternas**  
Claudia Lima Costa / Leonardo Salazar
- **América Latina: un dispositivo cultural**  
María Eugenia Esté

## **HABLEMOS**

- **María Cristina Mata: El consumo desde una perspectiva crítica**  
Carlos Correa