

CC
AL
1577

Scientia
et
Praxis

REVISTA DE LA UNIVERSIDAD DE LIMA

SCIENTIA ET PRAXIS/ Revista de la Universidad de Lima/ Número 14/ agosto 1979

DIRECTORA Ilse Wisotzki/ COMISION DE PUBLICACIONES Fernando Silva Santisteban, Francisco Miró Quesada y Carlos Gatty / EDITOR Mario Razzeto / DISEÑADOR GRAFICO: Ciro Palacios / ASISTENTE Amada Jungbluth / COORDINADORA Gladys Ruiz / FOTOGRAFIAS Mari Mujica / Susana Pastor.

La Comisión de Publicaciones no se solidariza necesariamente con las opiniones vertidas por los autores / La revista no devolverá textos no solicitados / Se autoriza la reproducción de cualquier artículo si se indica la fuente.

Redacción Dirección Universitaria de Proyección Social/ Universidad de Lima/ Avenida Javier Prado Este s/n/ Monterrico/ Casilla 852/ Tel. 352998/ Lima-Perú.

scientia
et
Praxis

COMUNICACIONES

<i>Comunicación y sociedad</i> / Desiderio Blanco	5
<i>Poder y lenguaje</i> / Maurice Godelier	14
<i>Hacia una teoría crítica del discurso de la mass-mediación</i> / Jesús Martín Barbero	24
<i>En el umbral de la semántica: origen y evolución del lenguaje humano</i> / Fernando Silva Santisteban	34
<i>De los trucos del cine al cine como truco</i> / Christian Metz	42
<i>El mundo cultural andino y su presencia en los medios de comunicación</i> / Walter Neyra y Pedro Arnold	48
<i>Un modelo matemático de comunicación</i> / Santiago Montes	64
<i>La expansión del quechua</i> / Ibico Rojas	70

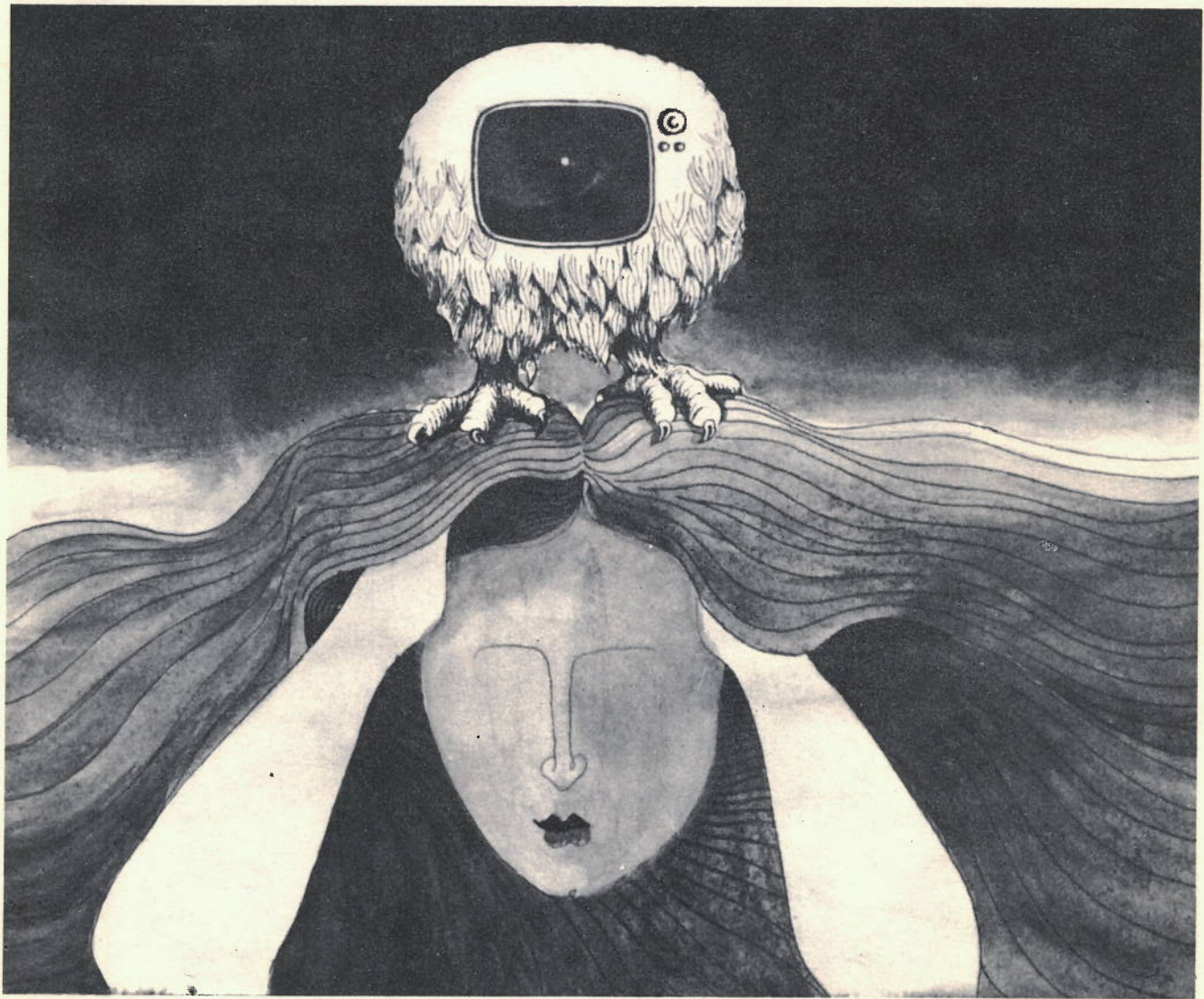
DOCUMENTOS

<i>Primer Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social</i>	86
--	----

VARIA

<i>El inicio de las ciencias en el Perú juzgado a través de sus publicaciones</i> / Roger Guerra-García	96
<i>Sobre humorismo</i> / Héctor Velarde	103
<i>Lecturas... años atrás</i> / Antonino Espinoza	114
<i>Los Autores</i>	118

COMUNICACION





COMUNICACION Y SOCIEDAD*

DESIDERIO BLANCO

Nos hemos reunido para reflexionar en torno a la comunicación social, en torno a los problemas que plantea para nuestra área geográfico-política la formación de cuadros especializados en la conducción del proceso de la comunicación social; para intercambiar las experiencias ya adquiridas en el desarrollo de nuestra labor, demasiado incipiente aún; y para proyectar nuestros esfuerzos comunes hacia objetivos mejor definidos, con medios mejor organizados.

Como preámbulo a nuestras reflexiones, y a manera de marco teórico para encuadrar nuestra actividad práctica durante este Encuentro, proponemos estas líneas generales de pensamiento en torno a la problemática de la comunicación y su inserción en el proceso social.

* Texto de la ponencia que el autor leyó en el curso del Primer Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, realizado en Lima, en marzo de 1979.

1. COMUNICACION Y ORGANIZACION DEL TRABAJO

LA "comunicación social" es un aspecto de un fenómeno mucho más amplio denominado **comunicación humana**. La evolución del hombre no es concebible en estos momentos sin la intervención del proceso de la comunicación. Pueden ser discutibles los medios por los que dicha comunicación fue conseguida; pero es indudable que el ser humano se constituye como tal en la interrelación social, y la interrelación social no puede tener lugar sin un proceso de comunicación. La comunicación hace posible el intercambio de experiencias adquiridas en el trabajo colectivo, evitando así duplicación de esfuerzos y enriqueciendo notablemente las posibilidades de desarrollo de la humanidad. El hombre es verdadero hombre porque vive en sociedad, y la sociedad se organiza en torno al trabajo, necesario para la producción de bienes en orden a la subsistencia. "El desarrollo del trabajo, al multiplicar los casos de ayuda mutua y de actividad conjunta, y al mostrar así las ventajas de esta actividad conjunta para cada individuo, tenía que contribuir forzosamente a agrupar aún más a los miembros de la sociedad. En resumen, los hombres en formación llegaron a un punto en que tuvieron necesidad de

decirse algo los unos a los otros. La necesidad creó el órgano: la laringe poco desarrollada del mono se fue transformando, lenta pero firmemente, mediante modulaciones que producían a su vez modulaciones más perfectas, mientras los órganos de la boca aprendían poco a poco a pronunciar un sonido articulado tras otro" (Engels: *El papel del trabajo en la transformación del mono en hombre*).

Dejando de lado, por el momento, la función específica del lenguaje, nos interesa destacar el proceso de "comunicación" que se desarrolla en la práctica de trabajo. En la fuerza de trabajo se halla inscrito un programa de acción, que tiene forma de **texto**, y que es el resultado de lecturas anteriores del proceso de trabajo realizadas por los agentes sociales sobre la práctica del trabajo en sus congéneres del grupo. La organización de la siembra y de la recolección de papas, por ejemplo, está socialmente **programada**, en virtud de un aprendizaje apoyado en la "lectura" de dicha práctica sobre generaciones anteriores. Por tener forma de **texto**, este programa articula desde siempre la instancia económica con la instancia ideológica de la formación social. Este programa no se reduce a la esfera de la producción sino que se extiende a todas las esferas de la vida social: circulación, consumo, relaciones familiares, relaciones sociales; en suma, lo que la sociología académica denomina "acción social". En este sentido, la acción social no solamente es un campo de manifestación ideológica, como acertadamente señala E. Verón, sino también un campo de producción de mensajes.

Por este camino, la comunicación atraviesa toda la formación social, articulando el conjunto complejo de **prácticas** que la constituyen. Las prácticas necesitan ser contadas, relatadas, a fin de que puedan ser reproducidas. El **texto** ideológico que relata las prácticas sociales es un **texto narrativo**, un texto que corresponde a lo que Benveniste denomina **historia**, basado en el sistema de la no-persona. Los relatos constituyen redes de lectura para las prácticas que se encuentran en realización. De los mitos a la narrativa moderna, el hombre encuentra en la narración una forma de reconocimiento y de reproducción de la práctica social. El conjunto de los textos narrativos de una formación social constituye la materia prima de la ideología, en la que se basa la competencia de los agentes sociales para la producción de nuevos textos ideológicos.

2. COMUNICACION COMO CIRCULACION DEL SENTIDO

LA comunicación se presenta, pues, como un proceso de circulación entre los agentes de la formación social. Lo que pone en circulación es un **valor**: el "sentido". Cuando el sentido sirve por igual a todos los miembros de la formación social, la comunicación se apoya en un proceso de **denominación** de los objetos y de las acciones que rodean a los agentes, y esta denominación se intercambia directamente entre ellos (Especie de trueque ideológico). Cuando, en cambio, una casta de especialistas —escribas, clérigos, intelectuales— se apropia de los medios de producción de textos, el sentido sirve al grupo de agentes que se apropia de la ideología y la impone al resto de los miembros de la sociedad. A partir de este momento, el sentido circula como **cosa en sí**, desgajado de su proceso de producción. Es el momento histórico en que se instala el aparato logocéntrico en la cúspide de la instancia ideológica: la Ciudad-Estado ateniense se erige como unidad superior de racionalidad. El logos es su modelo, la retórica su instrumento.

La retórica constituye la primera técnica de comunicación, "la técnica de las técnicas" en expresión de los sofistas, y los retores se presentan como los primeros comunicadores sociales de la historia. Su práctica adquiere tal importancia que logran vivir de la venta de sus discursos.

La retórica es el síntoma de una sociedad que algo tiene que ocultar. Los textos gnoseológicos producidos por la retórica recubren con metáforas los vacíos de conocimiento de la realidad social (la ausencia de conocimiento científico) y ocultan con sofismas las verdaderas relaciones sociales de producción (hombres libres/ esclavos).

El imperio del logos, por otra parte, desaloja para siempre la irracionalidad, lo sensible, lo corporal, del orden social. El arte será el único encargado de recoger este desecho de la racionalidad constituida. Y a su lado, la magia y la locura. El hombre se instalará en el centro como verdadero ser racional y como **medida de todas las cosas, de las que son en tanto que son y de las que no son en tanto que no son** (Protágoras).

Al separar el sentido de las operaciones que lo producen, la comunicación crea nuevos fetiches, nuevos ídolos, en la mente de los agentes sociales: imágenes, representaciones, nociones para comprender/no comprender la realidad so-

cial. Es justamente la función de la ideología la que queda expresada en esta proposición. La comunicación, por tanto, se halla íntimamente ligada al proceso ideológico, es parte integrante de dicho proceso y lo alimenta constantemente con sus productos, los **mensajes sociales**.

3. PROCESOS DE PRODUCCIÓN DEL SENTIDO

LA comunicación privilegia el momento de la circulación de mensajes, mientras que al mismo tiempo, reprime y olvida los procesos de producción que lo hacen posible y los efectos de consumo de dichos mensajes. Sin embargo, el sentido no se hace visible más que a partir de los procesos productivos que lo han engendrado. Los procesos de producción son actividades de transformación, **prácticas** en términos de Althusser, en las que se emplea un determinado tiempo de trabajo. Como todo producto resultante del trabajo, el sentido es igualmente una cantidad de trabajo invertida en las materias significantes. No hay sentido que no se encuentre incorporado a materias sensibles determinadas. El trabajo se aplica a estos complejos de materias y da por resultado el "sentido" producido por los mensajes. Para producir este efecto, el trabajo se somete a determinadas reglas de producción, impuestas por los sistemas lingüísticos y por el desarrollo de las fuerzas productivas en su conjunto. Básicamente, las operaciones de producción a las que se somete la fuerza de trabajo inscriptivo son dos: la selección y la combinación. La selección opera entre las posibilidades que le ofrecen los paradigmas del sistema semiótico utilizado, eligiendo entre parejas de opuestos en los diversos niveles del sistema. La combinación se rige por reglas de orden más o menos rígidas, propuestas por el sistema. La rigidez puede llegar a desaparecer en los códigos carentes de sintagmática, o códigos libres.

Bajo estas condiciones, resulta claro que el **sentido** de una palabra, de una expresión, de una proposición o de un texto completo, no existe en sí ni por sí mismo; dicho de otra manera, los "sentidos" no están pegados a las palabras o a las frases de una vez por todas, sino que en cada caso, en cada situación concreta, la palabra, la frase adquiere un sentido definido y concreto. La ideología logocéntrica nos ha acostumbrado a ver en el diccionario un reservorio de **sentidos** (de significados); sin embargo, el

diccionario no crea los significados de las palabras, se limita a recogerlos de los discursos sociales, producidos por los agentes en condiciones concretas.

Por otra parte, el sentido tampoco se encuentra en la lengua como sistema. La lengua no tiene sentido, es un puro sistema de posibilidad, es una **competencia** (Chomsky).

En consecuencia, las palabras, las expresiones y los discursos cambian de sentido en relación con las **posiciones** de los agentes en la formación social. Dichas posiciones están doblemente articuladas: por un lado, con las condiciones sociales de los agentes; por otro, con la **formación discursiva** en la que se inscribe un discurso. M. Pecheux define la formación discursiva como el conjunto de condiciones ideológicas que determinan lo que, en un momento dado, se puede y debe decir. Tales determinaciones están dadas por el conjunto de discursos que se producen en la instancia ideológica, organizados con estructura en dominante (Althusser). Semejante estructura en dominante recibe el nombre de "interdiscurso". El interdiscurso presiona al sujeto hablante (emisor) y lo conduce, inconscientemente, a elegir "libremente" los elementos que compondrán su mensaje. A su vez, determinados "sentidos" se filtrarán, impensadamente, en el nuevo mensaje bajo las formas de **enunciados preconstruidos** y de **implicaciones transversales** al discurso. Los "preconstruidos" adquieren la forma de frases hechas, sentencias universales, refranes, evidencias de todo tipo, citas y referencias de otros textos, etc. Las "implicaciones" acudirá a lo ya sabido por el hablante y lo dejarán "caer" en el mensaje como elemento lógico de una implicación cualquiera. Para poner un simple ejemplo de un proceso complejo: cuando sobre la imagen del rostro de un actor (Vanzetti) se produce un apagón, el texto fílmico no nos dice que Sacco haya sido ejecutado; sin embargo, la lectura correcta es ésta, precisamente. El saber del espectador se actualiza en forma transversal al discurso fílmico: "Un apagón de luz supone una disminución de corriente eléctrica; una disminución de corriente supone (implica) una descarga desplazada hacia la silla eléctrica; una descarga implica la muerte del personaje". Como puede apreciarse, el sentido producido por un sencillo apagón sobre el rostro de un actor, desencadena una serie sumamente compleja de operaciones de producción, que lo hacen posible en una situación concreta.

4. LAS CONDICIONES DE PRODUCCION

POR otra parte, las condiciones sociales de los agentes inciden en los procesos de producción como **condiciones de producción**. Cada agente ocupa un puesto en la formación social en virtud del orden establecido por el poder político de la sociedad. El puesto ocupado y la función ejercida por el agente determinan las operaciones de producción (selección y combinación) que darán por resultado el mensaje. El profesor habla como profesor, el estudiante, como estudiante; el ingeniero habla como ingeniero; el capataz, como capataz; el padre habla como padre; el hijo, como hijo; el patrón habla como patrón; el obrero, como obrero... "Hablar como..." quiere decir, simplemente, producir un "sentido" preciso y concreto, distinto, aunque utilice las mismas palabras, los mismos planos, los mismos colores, etc.

La relación de los agentes con sus posiciones en la formación social no resulta evidente, ni se refleja directamente a través del mensaje. Solamente es visible a través de ciertas **marcas** o huellas que tales condiciones dejan en los textos de los mensajes. Tanto las operaciones como las condiciones de producción son siempre subyacentes, ocultas, misteriosas. Esta situación es la que permite abrigar la ilusión de la "libertad" de los hablantes (emisores). Dicha libertad no es más que el reconocimiento de nuestra determinación.

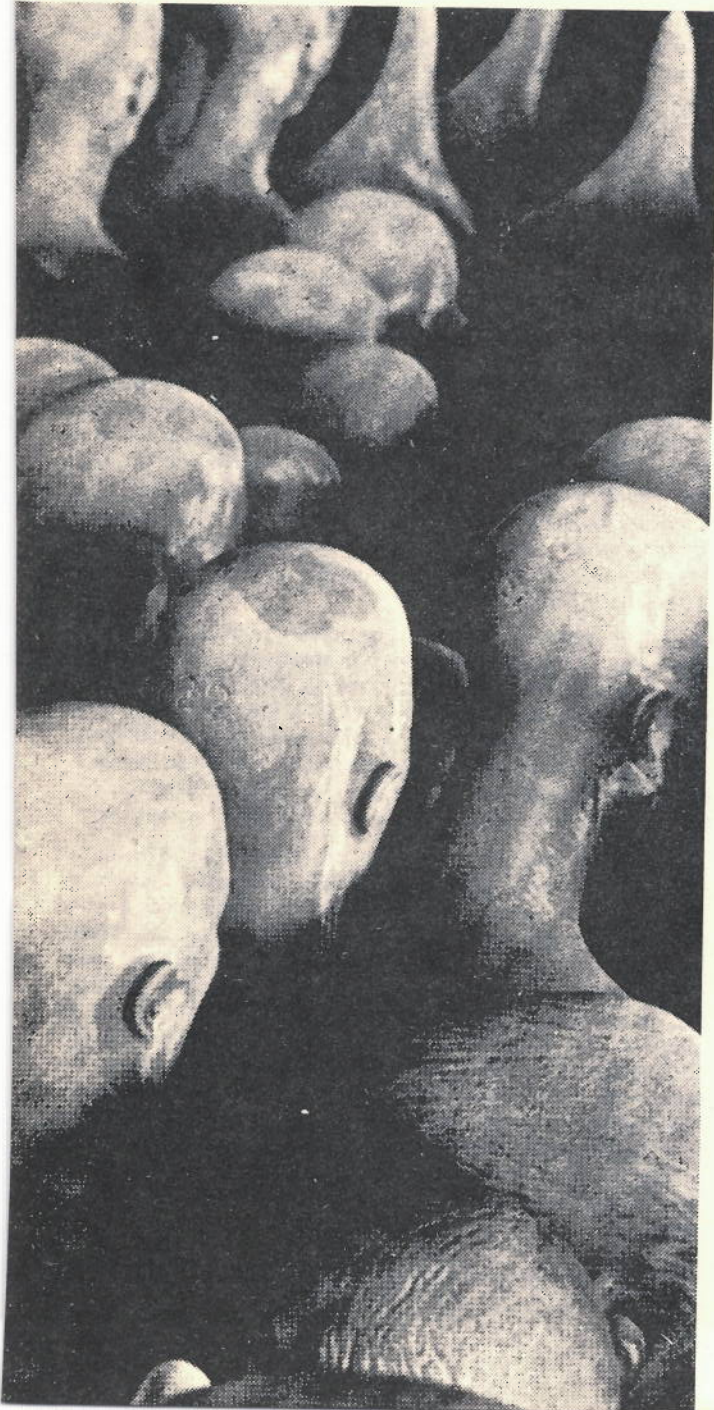
Las condiciones de producción adquieren la figura de formaciones imaginarias o representaciones de tales "puestos". M. Pecheux establece una serie indefinida de estas **formaciones**. Las principales se reducen a las siguientes:

1. La imagen que se hace el Emisor del puesto que ocupa el emisor en la formación social:

$I_E(E)$

2. La imagen que se hace el emisor del puesto que ocupa el receptor en la formación social: $I_E(R)$
3. La imagen que se hace el emisor del referente, del contexto, de la "realidad" de la que habla; es decir, el punto de vista que adopta frente a dicha "realidad",





siempre imaginaria (o sea, vista imaginariamente):

$I_E ("R")$

La estrategia del mensaje (discurso) se basa en una cierta previsión o anticipación del emisor acerca de las representaciones que se hace el receptor sobre los mismos tópicos; es decir, sobre el emisor, el receptor y la "realidad"; lo que da por resultado una serie más compleja de formaciones imaginarias, determinantes del mensaje concreto que se produce:

4. Imagen que tiene el emisor de la imagen que tiene el receptor del emisor: $I_E [I_R (E)]$. Esta condición está retorzada en expresiones como: "No vayan a pensar Uds. que yo les voy a hablar como profesor... como político... como patrón..." (Lo que implica que el emisor se imagina que los receptores esperan (se imaginan) que el emisor les hablará como tal o como cual agente social.
5. Imagen que se hace el emisor de la imagen que se hace el receptor de sí mismo (de su mismo puesto en la formación social): $I_E [I_R (R)]$.
6. Imagen que se hace el emisor de la imagen que tiene el receptor de la "realidad" o contexto: $I_E [I_R ("R")]$.

La misma serie puede ser formulada a partir del receptor. Como toda realidad estructurada, las formaciones imaginarias constituyen un todo complejo con estructura en dominante. Lo que quiere decir que no todas las imágenes del conjunto tienen la misma fuerza de determinación sobre un mensaje concreto, ni siquiera es constante la fuerza de una imagen a lo largo de un mismo mensaje. La estructura en dominante está regida por las leyes de la contradicción, según la cual los elementos de un conjunto complejo (y todos lo son) guardan entre sí relaciones de desigualdad y de subordinación al interior de su contradicción. Para resolver la fuerza de esta determinación, Pecheux introduce el concepto de "proceso de producción dominante", que lo distingue de los procesos de producción secundarios, a los que atribuye las variantes "individuales" del discurso.

5. DEL "PROCESO SIN SUJETO" AL "SUJETO EN PROCESO"

LAS determinaciones que venimos describiendo están más allá o más acá del sujeto hablante (emisor), y lo inscriben en un "proceso sin sujeto", proceso objetivo que rige el desarrollo de la historia. No podemos, sin embargo, olvidar que simultáneamente el sujeto está recorrido por un proceso disociador, en lucha permanente con la forma unitaria que le impone la cultura bajo la **forma-sujeto**. La forma-sujeto es el origen de la ilusión de autonomía de los agentes sociales, al ocultar las relaciones que los determinan. Bajo la forma-sujeto, el agente social adquiere forma histórica: sujeto de derechos, sujeto de obligaciones, sujeto a las leyes, sujeto al estado, sujeto a las instituciones, sujeto hablante, sujeto emisor. . . La forma-sujeto es la que nos permite denominarnos a nosotros mismos como unidad social, sujeta a la interpelación ideológica, de la que habla Althusser.

Por debajo de esta unidad, un singular proceso recorre el espacio del sujeto, mejor dicho, el espacio del individuo humano. En la intersección misma de lo somático y de lo psíquico, corrientes energéticas se desplazan libremente, sin orden previamente establecido, por este receptáculo que es cada individuo, que lo conectan con los procesos objetivos del exterior, tanto naturales como sociales. Las corrientes pulsionales alientan el **deseo** del sujeto y determinan sus actos en forma inconsciente. Pero así como el **sentido** que la comunicación pone en circulación oculta el proceso de su producción social, oculta igualmente la causa interna que lo determina, es decir, el **deseo** que late en el inconsciente.

El marxismo ha olvidado esta realidad. Para Marx, el agente social es un átomo, una mónada, que se relaciona con otros átomos (otros agentes) según una compleja red de relaciones: de producción, de clase, de explotación, de familia, de Estado. . . Sin embargo, el **proceso** material que se desarrolla al interior del sujeto agente, no ha sido atendido por el marxismo. La explicación de este olvido se encuentra en las supervivencias feuerbachianas que quedan en Marx. El hombre es definido por sus necesidades y por sus deseos en relación con el mundo y con los demás hombres, olvidando el proceso dialéctico que lo atraviesa.

Solamente en el concepto de "práctica" se hace visible este proceso. La práctica supone la experiencia personal e inmediata, en expresión de Mao. La práctica significativa

es el campo privilegiado de manifestación del "sujeto en proceso", por ser precisamente el lenguaje (en cualquiera de sus formas) el instrumento de constitución del sujeto, ya que sobre él actúa la represión original del orden simbólico, estableciendo la dicotomía **significante/significado**. "El sujeto sólo es interpelado por la ideología —dice Kristeva— en la medida en que "ya" lo está por el **significante**, que lo representa para otro **significante** (Lacan), con una dialéctica específica, que convierte al otro en el Otro".

Al desconocer la realidad interna del sujeto, el marxismo ignora también la presencia del **significante** en los mensajes sociales. El **logos** se ha convertido en representante general, y el sentido se mide por dicho representante. La materialidad del **significante** ha quedado descartada; el proceso de la significación resulta desconocido en su funcionamiento material. En este sentido, el realismo socialista no ha superado la contradicción al reprimir el trabajo del **significante** bajo la acusación de "formalismo". La aventura de Eisenstein es buen ejemplo de ello. "Las formas también son ideológicas", proclama Eisenstein. El Partido, sin embargo, no lo entiende y lo obliga a retratarse una y otra vez.

El trabajo sobre la **materia significativa** impide la transparencia del sentido, generando una **desviación** en el reflejo de la realidad. Ningún mensaje refleja directamente la realidad; todo reflejo se produce en forma descentrada, desviada, oblicua, en virtud de las múltiples determinaciones que rigen su producción. Sin embargo, cuando el mensaje oculta el trabajo del **significante**, se produce una **ilusión** de transparencia, a través de la cual pasa la ideología.

Cuando, en cambio, el trabajo de producción se inscribe en el cuerpo del mensaje por medio de rupturas, ingerencias, deformaciones, crisis, el sentido se opaca y los procesos de reflexión se deforman notablemente. El espectador (receptor) no logra ubicarse en el **logos** que lo constituye como sujeto, y se ve obligado a salir de la ilusión ideológica, en virtud de la cual lo que ve, lee o escucha, es la realidad. De golpe, se encuentra con un "discurso" sobre la realidad. El trabajo sobre el **significante** deja correr las pulsiones, perturbando con ello la unidad del sujeto socialmente instalado y produciendo un placer desconocido por la ideología del **logos** y de la representación. Según Freud, la negación, que introduce el orden simbólico, niega así mismo el placer, vinculado a la oralidad y a la succión.

Al mismo tiempo, el trabajo del **significante** interviene en

los procesos de cambio de la formación social, al contribuir a superar la forma-sujeto sin liquidarla por completo, ya que las rupturas suponen a su vez la unidad. Esta dialéctica entre unidad y desviación constituye la base de una nueva estética para el hombre.

Las fuerzas externas e internas que determinan los mensajes solamente son visibles a través de su inscripción en las materias significantes, en las que dejan sus huellas, marcas o indicios. Sólo porque a veces se hace consciente, el inconsciente ha podido ser descubierto. La ideología tiene, así mismo, estatuto de inconsciente: nunca se presenta como ideología, sino como evidencia, como verdad o como sentido común.

El sujeto hablante (emisor) se encuentra así doblemente enmarcado; en la *ideología*, como dimensión externa, a través de las formaciones discursivas y de las formaciones imaginarias; y en el *deseo*, como dimensión interna, con sus formaciones del inconsciente y las operaciones que lo identifican: condensación, desplazamiento, figuración y elaboración secundaria. De ambos centros de determinación parten procesos de producción para configurar los mensajes que la comunicación pone en circulación.

Es de advertir, sin embargo, que la evolución del deseo, vinculada a la maduración de los instintos (pulsiones) está ya desde siempre determinada por lo social: cada uno tiene su propio modo de nacer, de relacionarse a la madre, de desarrollar y de superar el "Edipo", de organizar las pulsiones en torno a determinados centros de interés o de fijación. Pero todos estos procesos individuales están condicionados por la realidad económica y social que rodea al sujeto: familia, clase, grupo social, condición económica. En suma: la determinación en última instancia procede siempre de la instancia económica (Marx).

6. LAS FACULTADES DE COMUNICACION EN EL PROCESO COMUNICACIONAL

NOS interesa ahora analizar la intervención de las Facultades de Comunicación en este proceso de producción y circulación del sentido que constituye el fenómeno de la comunicación social.

6.1. En primer lugar, las Facultades de Comunicación son instituciones sociales, encargadas de cumplir una función muy concreta: formar a los profesionales de la comunicación. Así de sencillo. Y sin embargo, esta tarea soporta una responsabilidad muy grave. Nuestras Facultades son las encargadas de sancionar una habilidad profesional; reparten títulos y diplomas para respaldar dicha habilidad; distribuyen, en consecuencia, puestos sociales entre los agentes de la formación social. Esta tarea es típicamente política. Recogiendo la terminología de Althusser, las Facultades de Comunicación son **aparatos políticos de Estado**.¹ Las Facultades de Comunicación intervienen en el proceso de producción de puestos políticos por su misma constitución legal: son fundadas para eso y a esa tarea dedican la mayor parte de su energía.

A pesar de todo, el discurso oficial sobre la universidad insiste en que su función central es la investigación científica. Con esta insistencia trata de cubrir su verdadera función política. Porque en definitiva, la universidad latinoamericana no investiga ni hace aportes significativos a la ciencia.

6.2. Pero, ante todo, las Facultades de Comunicación son **aparatos ideológicos de Estado**. La habilidad que configuran no es una habilidad cualquiera; es la habilidad para fabricar mensajes; es decir, para producir y difundir (circular) el sentido. El discurso académico, por su lado, forma parte de la instancia ideológica, en la medida en que transmite los conocimientos aceptados y consagrados como eficaces en la práctica

1. Establecemos por nuestra cuenta una distinción al interior de los *aparatos ideológicos de Estado*. "Aparatos políticos" son aquellos que se encargan de la circulación de los agentes por los puestos de la formación social, tanto en el nivel de la producción económica, como en los de la producción del orden político y de la producción ideológica. "Aparatos ideológicos" son los que intervienen en la producción y circulación del sentido. Con frecuencia, ambas funciones se encuentran en un mismo aparato.

de la formación social. La transmisión de conocimientos, la transmisión de experiencias y de habilidad, es función ideológica.

Si a su vez, las Facultades de Comunicación intervienen en la **producción** de mensajes, se constituyen en centros doblemente ideológicos; su voz no solamente llega a los estudiantes, sino también a amplias zonas de la sociedad.

7. LAS FACULTADES DE COMUNICACION EN EL PROCESO DE CAMBIO

EL discurso oficial sobre la universidad insiste en la **función crítica** que ésta debe cumplir en la sociedad: la función crítica supone un análisis del proceso ideológico que se desarrolla en la formación social y una intervención en dicho proceso.

La ideología interviene en la reproducción/transformación de las relaciones de producción. Al modificar la tesis de Althusser, queremos indicar el carácter contradictorio y dinámico de la función de la ideología. Las intervenciones que contribuyen a la reproducción no se encuentran separadas de aquellas que contribuyen a su transformación; por el contrario, ambas intervenciones se encuentran íntimamente entrelazadas. Su predominio depende de la relación de fuerzas de la formación social en un momento dado de la historia. No existe en el terreno ideológico campos estancos, previamente distribuidos entre las fuerzas en conflicto. Los aparatos ideológicos de Estado constituyen el espacio en que se produce la "reproducción" y la "transformación" de las relaciones de producción. El factor de transformación está permanentemente en acción, aunque con sus limitaciones. De no ser así, la formación social permanecería invariable, estática, a lo largo de los tiempos. Lo que no es cierto.

Las limitaciones son las que le impone la misma formación social. Cada formación social tiene sus propios límites históricos, está **determinada** en sus diversas instancias por el conjunto de los procesos de producción (económica, política, ideológica) que la constituyen; es decir, por las fuerzas productivas concretamente existentes en la formación social. El campo ideológico, concretamente, está determinado por el conjunto de los procedimientos de "escritura" (en sentido amplio) existentes en la formación social. Las **determinaciones** de que hablamos son intrínsecas a cada instancia, entendida como conjunto de prácti-

cas, y producen los límites invisibles dentro de los cuales dichas prácticas son posibles.

Por su parte, las relaciones de producción de cada instancia imponen otros límites distintos, aunque combinados con los anteriores. Tales límites producen un efecto de **clausura** en la formación social, cuyo resultado consiste en la reproducción y permanencia de su estructura. La clausura restringe el campo de posibilidades de reproducción a las relaciones de clase existentes e la formación social.

Existen **clausuras** visiblemente inscritas en los diversos campos de la formación social: los muros que señalan y clausuran las "propiedades privadas", las fronteras de los Estados, la **censura** de libros y películas (con su **índex** como manifestación de la clausura), el sistema monetario internacional, el sistema logocéntrico de pensamiento, etc. El denominado "corto epistemológico" de Althusser sería una ruptura de la clausura ideológica, por medio de la cual el materialismo histórico se instituyó como **ciencia**. Ahora bien; toda práctica que se efectúa dentro de los límites del campo definido por la **determinación** y sobre-determinado por la **clausura** obedece a una ley de repetición. Su conocimiento teórico se consigue estadísticamente.

Para escapar a la ley de repetición se hace preciso romper las fronteras: tanto de la determinación como de la clausura. Una oportunidad se nos ofrece en las **prácticas discursivas**, cuyo resultado son los mensajes sociales. Las prácticas de producción de mensajes se inscriben en el complejo contradictorio y desigual de las formaciones discursivas que caracterizan a la instancia ideológica. Dichas formaciones discursivas mantienen entre sí relaciones de determinación disimétricas, de tal suerte que se convierten en un campo privilegiado para un trabajo de reconfiguración, en orden al cambio social.

Como la interpelación-constitución del individuo en sujeto de su discurso se efectúa por medio de la identificación del sujeto con la formación discursiva que lo domina, esta identificación puede adquirir diversas modalidades.

Primera modalidad: el sujeto de la enunciación se **identifica**, bajo la forma del libre consentimiento, con el Sujeto Universal de la ideología (el Otro, de Lacan), aceptando sus evidencias como postulados universales. Esta modalidad caracteriza el discurso del "buen sujeto", cuya función es eminentemente reproductora. La sujeción se realiza en "plena libertad". Configura esta modalidad al sujeto que alega la libertad de expresión para repetir el discurso oficial de la formación discursiva que lo domina.

Segunda modalidad: el sujeto de la enunciación se enfren-

ta con el Sujeto Universal por la adopción de una actitud crítica frente a la "tematización" concreta de los postulados utópicos de la formación ideológica. Esta modalidad caracteriza el discurso crítico en todas sus formas. El discurso crítico ataca las realizaciones concretas de la formación social comparándolas con los principios que propone la formación discursiva: ataque a la ejecución de la justicia desde la perspectiva de la Justicia; ataque a las instituciones políticas desde la perspectiva de la Política; ataque a la institución educativa desde la perspectiva de la Educación; ataque a la institución matrimonial desde la perspectiva del Matrimonio, etc. El sujeto, "mal sujeto", se **contra-identifica** con la formación discursiva y produce un discurso "humanista", bajo cualquiera de sus formas. La ventaja de esta modalidad de identificación es que puede "correr" los límites de la **clausura** de la formación discursiva; efecto que colabora al cambio social.

Tercera modalidad: el sujeto de la enunciación se **des-identifica** del Sujeto Universal; es decir adopta una posición no-subjetiva a partir de la forma-sujeto, que es "la forma histórica de los agentes sociales", pero sin abandonarla. La des-identificación constituye un trabajo de transformación y de desplazamiento de la forma-sujeto hacia posiciones nuevas en el tablero de la formación social. El discurso que produce la modalidad de la des-identificación es un discurso de **transformación** y de cambio social.

Los límites de la **transformación** pueden ser enunciados de la siguiente manera: el conjunto de las fuerzas productivas señala los límites de toda práctica transformadora económica; el conjunto de las fuerzas políticas, configuradoras del orden establecido, señala los límites de las prácticas transformadoras políticas; el conjunto de las fuerzas inscriptivas (o el conjunto de los textos orales y escritos; conjunto de filmes y de programas, etc.) señala los límites de toda práctica transformadora teórica. Para que tales prácticas produzcan algún cambio social deben desplazarse fuera de las fronteras marcadas por las diferentes clausuras de la formación social.

Los poderes constituidos amplían o cierran dichas fronteras de acuerdo con la **seguridad** del sistema instalado. Los sistemas económicos y políticos altamente desarrollados e independientes se permiten límites muy amplios para los discursos de transformación. Ejemplo: el escándalo Watergate. Asimismo, los discursos críticos contra los poderes constituidos, contra las instituciones policiales, contra los valores consagrados, son frecuentes en sociedades "fuertes". Los sistemas económicos y políticos dependientes se ven obligados a cerrar las fronteras de las prácticas trans-

formadoras, de las prácticas que tienden al cambio social. La debilidad del sistema refuerza la vigilancia de las fronteras.

En este marco de conceptos se desenvuelve nuestra práctica social de formadores de expertos en comunicación social. El análisis crítico de nuestra experiencia nos va a indicar en qué punto nos encontramos y las perspectivas que se nos ofrecen hacia el futuro.

REFERENCIAS

- ALTHUSSER, L. "Ideología y aparatos ideológicos de Estado" en: *Escritos*, Edit. Laia, Barcelona, 1974.
- EISENSTEIN, S.M. *Au-delà des étoiles*, 10/18, París 1974.
- ENGELS, F. *Obras escogidas*, Moscú, 1969.
- FRANKLIN, J. *Le discours du pouvoir*, 10/18, París 1975.
- GOUX, J.J. *Economie et symbolique*, Editions du Seuil, París 1973.
- KRISTEVA, J. *La révolution du langage poétique*, Editions du Seuil, París 1974.
- LYOTARD, J. F. *Discours, figure*, Klincksieck, París 1971.
- PECHEUX, M. *Les vérités de La Palice*, Maspéro, París 1975.
- *L'analyse automatique du discours*, Dunod, París 1969.
- VERON, E. *El proceso ideológico*, Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires, 1971.
- *Idéologies, discours, pouvoirs*, Communications 28, París 1978.

PODER Y LENGUAJE*

*reflexiones sobre los paradigmas
y las paradojas de la
"legitimidad" de las relaciones de
dominación y opresión*

MAURICE GODELIER

Preguntarse por las relaciones que existen entre poder y lenguaje, es aventurarse en una reflexión de varias etapas. Por mi parte, en una primera etapa, analizaré un caso particular tomado de mi experiencia de antropólogo, el análisis de las relaciones entre poder y lengua entre los Baruya, población de Nueva Guinea; en la segunda etapa, trataré de mostrar que la fuerza más vigorosa de un poder de opresión, de dominación, no es ciertamente la violencia; por el contrario, es un consentimiento de los dominados en su dominación.

Es, pues, todo el problema de la paradoja o del paradigma de la legitimidad y de la legitimación del poder. Estas reflexiones deberían permitir en una tercera etapa sugerir una forma de reflexión sobre el problema esencial de las condiciones de la aparición de las clases y del Estado; es decir, de los procesos que han puesto históricamente fin a las sociedades "primitivas" propiamente dichas. Primer problema, primera etapa, el análisis de un caso, el caso de los Baruya de Nueva Guinea. Los Baruya viven en Nueva Guinea, en las altas montañas del interior. A partir de 1960, esta tribu ha sido controlada por el poder australiano después de haber tenido su primer contacto con los blancos en 1951. Es una sociedad sin jefe, acéfala, dividida en clanes



patrilineales, compuesta en su totalidad por dos grupos sociales fusionados: un grupo autóctono y un grupo de inmigrantes, llegados siglos atrás, luego de haber fracasado en una guerra. Estos inmigrantes, al cabo de un cierto tiempo, tomaron el poder entre los autóctonos; para ser más precisos, al cabo de cierto tiempo una parte de los autóctonos traicionaron a su grupo para asociarse con estos refugiados y expulsar al resto de la población local. En resumen, el punto de partida de la nueva tribu fue la fusión de dos grupos, y de esta fusión emergió un nuevo nombre, una nueva unidad política global: la tribu de los Baruya.

No se ha llegado a constatar en esta sociedad la existencia de una jerarquía de rangos o de una jerarquía de "clases". No existe tampoco un jefe del lugar. Las formas de desigualdad social están dadas por la autoridad general de los hombres sobre las mujeres y de autoridad de los mayores sobre los menores. Tenemos, pues, la siguiente situación, en términos de poder: los hombres adultos tienen autoridad sobre los jóvenes y los niños; y una autoridad general sobre las mujeres, sea cual fuese su edad.

* De *Communications*, 28, Paris 1978. Págs. 21-27.

Es una sociedad sin clases, caracterizada por la dominación masculina. Existen, sin embargo, desigualdades entre los grupos, ya que los refugiados, que han expulsado a una parte de la población que los había acogido, controlan los rituales juntamente con el clan local que los ayudó a perpetrar esta felonía, esta traición, esta "operación política". Este clan local, que se quedó con los Baruya, dispone de grandes poderes rituales.

Los descendientes de algunos grupos locales, cuyos ancestros habían decidido quedarse con los Baruya, por haber intercambiado mujeres con ellos, se convirtieron en sus aliados y a veces han sido numéricamente superiores; pero, no tienen el mismo **status** político, ya que no ocupan el mismo sitio en los rituales.

Así, pues, la jerarquía entre hombres/mujeres, entre mayores/menores se encuentra articulada al mismo tiempo sobre una jerarquía entre clanes, de los cuales unos son dueños de los rituales. He aquí la estructura de la jerarquía político-simbólica. En cuanto al plan económico, existe una cierta jerarquía, puesto que los clanes que se han impuesto a los otros se han adueñado de una parte de sus tierras. La jerarquía no se da solamente en el campo del poder y de la autoridad pública, sino también en el dominio

de las prácticas simbólicas. Es también una jerarquía en el control de los recursos materiales, es decir, de los territorios de caza y de agricultura. Este es el contexto. Voy a ocuparme ahora de las relaciones existentes entre poder y lenguaje. Lo más sorprendente, entre los Baruya, es constatar que los hombres son iniciados en una lengua secreta y en ciertos secretos, secretos que lo son solamente para las mujeres y los jóvenes no iniciados. Existe así una especie de monopolio de los hombres sobre ciertos conocimientos y esto se traduce en el lenguaje por un código, un lenguaje secreto. ¿Cuál es la estructura de este lenguaje secreto?

Los hombres utilizan unas palabras corrientes en lugar de otras. Por ejemplo, para hablar de camotes (*wuopai*), utilizarán otra palabra, que sustituye a la palabra habitual, conocida por todos los que intervienen en el discurso, tanto hombres como mujeres. De esta manera, las mujeres no saben a ciencia cierta lo que hablan los hombres, ya que ellas piensan que los hombres hablan de otra cosa. Se produce así la creación, no de una verdadera "lengua" secreta, sino la creación de un uso "cifrado" de la lengua, de una "lengua cifrada", para ser más exactos. ¿Por qué este uso metafórico de una parte del léxico? No se trata solamente de

una forma de distanciar a las mujeres o de expresar una distancia; lo que sucede es que existe una relación entre las palabras y las cosas, y que esta relación da poder sobre las cosas.

Es este "poder" el que se reservan los hombres para sí. Los Baruya piensan que conocer la palabra "secreta" de una cosa es tener poder sobre ella: a partir de esto, el asunto no reside solamente en un uso metafórico del discurso. De lo que se trata, en el fondo, es del monopolio de acceso a un mecanismo invisible, a una conexión oculta entre las palabras y las cosas de las que se habla y con esto los hombres se muestran dueños de una parte de las condiciones "de reproducción" de las cosas, de la fertilidad de los campos, de la reproducción de los camotes o de la caza y también de la reproducción de las relaciones sociales.

Poder y lenguaje se dan en esta relación, que no es solamente la marca de una diferencia en el lenguaje. Es sobre todo un acceso, a través del lenguaje, a la esencia oculta de las cosas. Es un poder sobre las cosas y, por lo tanto, un poder sobre los hombres a través del poder sobre las cosas. En el centro de este uso del lenguaje, hay una representación, existe una "teoría", no solamente una forma de hablar sino también una forma de pensar, una forma

de plantear los problemas, de interpretar el mundo.

Entre los Baruya, uno de los momentos más importantes, más "destacados", de la vida de un hombre o de una mujer, consiste en el aprendizaje, por medio de rituales complejos, de mitos y de conocimientos secretos. Un niño que se separa de su madre (y todos los niños son separados de su madre hacia la edad de nueve años), comienza a aprender las palabras para designar a las mujeres, las palabras que solamente los hombres pronuncian entre ellos y que les permiten hablar sobre ellas sin ser comprometidos. Y adquiere de esta forma un profundo sentimiento de superioridad. Esto dura años, a lo largo de los cuales se le enseña, ya en los cantos, ya en los discursos, el "fondo" de las cosas así como sus reglas de conducta. Se le enseña una moral, una ética, que también es una actitud "política" y, al mismo tiempo, se le explica el fondo oculto de las cosas, se le cuenta los mitos sobre el origen del hombre, el origen de los astros, el rol de los dioses y de los seres sobrenaturales en su vida, etc. Por su parte, las mujeres reciben una iniciación secreta y utilizan igualmente las palabras entre ellas para designar a los hombres.

No hay que imaginarse que el aislamiento entre los sexos es total. De hecho, los hombres saben mu-

cho de lo que hacen las mujeres y las mujeres, a su vez, saben mucho de lo que hacen los hombres en sus ritos secretos, pero unos y otros deben comportarse como si no lo supieran y sobre todo no deben jamás manifestarlo como curiosidad explícita. El sistema funciona con una ambigüedad creada y reproducida por los actores mismos. Cuando una mujer es anciana, muy anciana para tener relaciones sexuales, aunque todavía sea lo suficientemente "fuerte" para trabajar, sabe casi todo lo que esconden los hombres a las mujeres. Todo pasa como si la diferencia entre mujeres y hombres se diluyera poco a poco, sin jamás anularse por completo.

Bien entendida, esta manipulación de secretos y del discurso se efectúa desde un comienzo en un clima de violencia física y psicológica. Serias amenazas pesan sobre los jóvenes iniciados (o iniciadas) en el caso de que ellos (o ellas) revelen alguno de los secretos. Es importante señalar que los jóvenes iniciados se mantienen callados delante de los mayores a lo largo de las ceremonias y no tienen "derecho" a la palabra.

Deben escuchar pasivamente y dejar "grabar" en ellos las "leyes" de su sociedad.

Las grandes revelaciones se hacen en un contexto dramático en los planos gestual, simbólico, corpo-

ral y de los alimentos. En cada ceremonia se les imponen nuevas prohibiciones en lo que se refiere a su alimentación, la postura de su cuerpo, su manera de andar, de hablar, etc. En cada etapa, una parte de las prohibiciones existentes en la etapa anterior desaparece, lo que prueba que el hombre va cambiando. He aquí, pues, un poderoso y complejo texto de relaciones entre poder y lenguaje. Más allá del discurso existen actitudes corporales, vestimentas a nivel del cuerpo, maneras de utilizar el espacio que los rodea, etc. Existe todo lo que es más amplio que el lenguaje y que también habla.

El ejemplo de los Baruya tiene la ventaja de ilustrar algunas formas de dominación y de opresión que se encuentran en una sociedad sin clases. Invita a los sociólogos, a los historiadores, a los filósofos, a reflexionar sobre la existencia de relaciones de dominación y de opresión anteriores a las relaciones de clase, y que han precedido con mucho a la aparición del Estado en la historia. Este es un hecho histórico que plantea problemas teóricos complejos sobre los cuales el ejemplo de los Baruya puede arrojar una cierta luz. Muestra que la fuerza más vigorosa del poder no es la violencia sino el consentimiento; el consentimiento de los dominados en su dominación, siendo or-

dinariamente la dominación masculina reconocida y aceptada por las mujeres como legítima.

En todo poder existe una actitud fundamental y una fuerza fundamental que mantiene las cosas "en orden" y es el consentimiento que los dominados aportan casi siempre a su dominación. Y este consentimiento surge en ellos debido a que el estado de cosas les parece legítimo. Hay, pues, en el fondo del poder, una actitud que es a la vez una fuerza y uno de los mecanismos internos del funcionamiento del poder. Y esta actitud consiste en un "paradigma de legitimidad".

Cuando, por ejemplo, se estudia en el caso de los Baruya las relaciones que existen entre las iniciaciones masculinas y las iniciaciones femeninas, se constata que todas estas lecciones que las mujeres dan a las jovencitas durante el período de iniciación femenina son destinadas a hacerlas consentir en la dominación masculina. Cuando las mujeres se encuentran "entre ellas", no se ponen a conspirar contra el poder masculino. Al contrario, practican los ritos que les hacen recordar, bajo diversas formas simbólicas, que deben someterse a los hombres. Los cantos, las escenas representadas, las danzas que efectúan solas, de noche, en la maleza alrededor del fuego, al resguardo de la mirada de los hombres, son

destinados a mostrar a la jovencita que comienza a menstruar, que cuando el hombre regresa de realizar sus labores, debe cocinarle, o bien consentir en hacer el amor cada vez que se lo solicite sin protestar, sin darle la vergüenza de ser rechazado, etc. Por tanto, lejos de representar estas ceremonias de las mujeres un "contra-modelo", constituyen la contrapartida, el complemento de las ceremonias masculinas, es decir, la organización del consentimiento femenino en la dominación masculina.

Esto no quiere decir en absoluto que las mujeres a veces, individualmente o en grupo, no se subleven, que no opongan resistencia de su parte; esto no quiere decir tampoco que su consentimiento sea total, ni que sea unánime, ni que sea permanente, ni constante. Digamos más bien que existe un consentimiento bastante profundo y general, que a veces es cuestionado individual o colectivamente porque el poder de los hombres está hecho también de violencia. Esta violencia desencadena algunas veces formas de resistencia, de rechazo a consentir por más tiempo en este poder masculino.

Se puede ver, entonces, a algunas mujeres pelearse físicamente con hombres, o resistirse bajo otras formas. No cocinan, no hacen el amor, van a visitar a sus familia-

res por un lapso bastante largo, a veces durante semanas enteras. Estas formas múltiples de resistencia prueban que, aunque el consentimiento existe, es constantemente contradicho en la experiencia cotidiana, y en la experiencia individual.

Tales hechos obligan a reflexionar en el plano teórico. Se oponen a los que hoy pretenden que el poder de una clase o el poder del Estado se ha gestado en la conjunción de dos deseos negativos; por un lado, el deseo de las masas de ser "sojuzgadas" y, por otro lado, el deseo de una minoría de ser servida. En la conjunción de estos dos deseos, se ha operado el sojuzgamiento, y se puso a funcionar tranquilamente la máquina despótica: el Estado. Esta es una teoría que pretende resucitar, en el plano ideológico, una cierta visión ética del movimiento de la historia. Existe en el hombre un aspecto impuro que va a desembocar en instituciones perjudiciales. Se tendría, que explicar, pues, por qué la humanidad primitiva se vio obligada a ceder poco a poco a deseos cada vez más impuros; por qué poco a poco el Estado fue emergiendo, liquidando la precedente "democracia primitiva", el Estado originario de las sociedades humanas. Esta teoría no tiene valor científico porque ignora el problema principal del poder que consiste



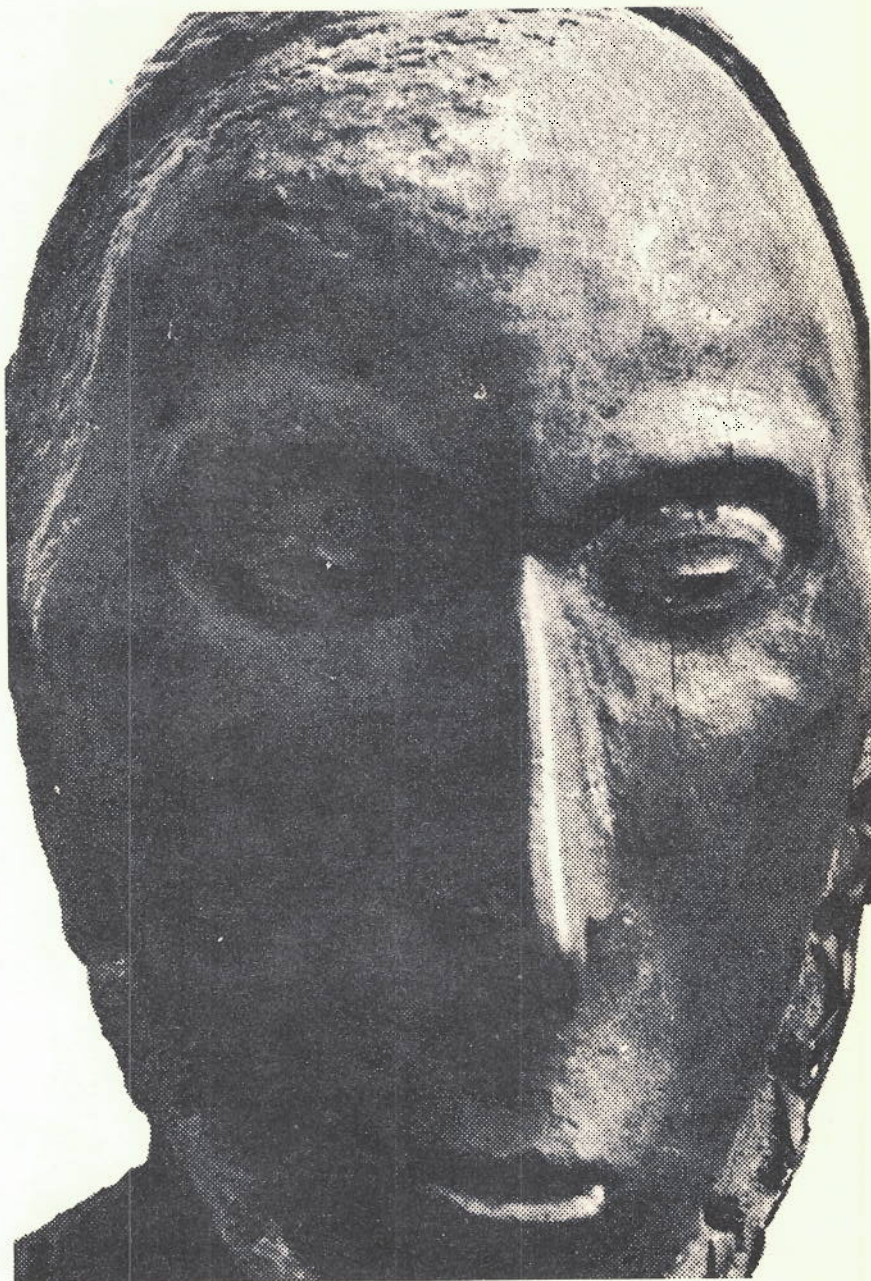
en que un poder no se reproduce de una forma duradera sin que extraiga su fuerza principal del consentimiento de aquellos que lo experimentan.

Ahora bien, el consentimiento pasa por la conciencia tanto como por el deseo. Arranca de una representación, en la que participan los dominantes y los dominados. Más allá de la representación, bien entendido, todos sus efectos se proyectan en la emoción y en el deseo.

Que no se me acuse de ignorar o de negar la existencia de "la violencia organizada" al servicio de la reproducción de las relaciones de dominación: violencia en el discurso, violencias físicas, represiones psicológicas. Entre los Baruya, cuando una mujer se resiste a su marido, éste le pega. La respuesta más habitual es la represión, la violencia física. Si varias mujeres se sublevaran, se las reprimirá a todas ellas. Pero cuando una mujer, como ya sucedió alguna vez, prende fuego a la gran casa de iniciación de los hombres —símbolo de la dominación masculina—, que es construida en pocas semanas y al interior de la cual se van a iniciar los hombres al resguardo de toda mirada femenina, inmediatamente es condenada a muerte. En tales circunstancias, se pide a uno de sus hermanos que la mate para que no queda acusación contra el

clan del asesino. Es necesario que uno de sus "hermanos" o uno de sus primos (lo que en la lengua viene a ser lo mismo, ya que se denomina hermanos a los primos paralelos), que un miembro de su propio clan la mate de modo que su clan no pueda ya volverse contra otros para ejercer represalias. En estas circunstancias, los hombres manifiestan una solidaridad que sobrepasa las relaciones de parentesco: toda su autoridad ha sido atacada. Reaccionan como "cuerpo orgánico", como grupo solidario y, por esta razón, justamente a uno de los hermanos de la mujer le corresponde la tarea de matarla. Luego, todos los hombres de todos los clanes entregan al clan de la víctima una compensación en collares de conchas, etc. En este mecanismo, notamos cómo interviene en las sociedades sin clases la violencia física al lado de la dominación ideológica.

Pero se podría caer fácilmente en el idealismo y creer que todo este asunto es una "cuestión de representación" y que bastaría para cambiar el estado de cosas modificar su representación. En el plano histórico y en el plano metodológico, esta tesis es falsa ya que existe un lazo profundo entre la dominación masculina y la **estructura misma de las sociedades** y de las condiciones de vida. Los primitivos no se representan



al azar el lugar de lo masculino y de lo femenino en el cosmos y el lugar que ocupan los sexos en la sociedad, etc. Existen, más allá de una forma de pensar, las condiciones de este pensamiento, de estas representaciones, que hay que analizar y descubrir. Lo más importante es que estas representaciones son organizadas en sistema, en una teoría "indígena"; esta teoría se encuentra en el centro del mecanismo del poder como una de las condiciones de su reproducción.

Elaborar una teoría del poder es elaborar una teoría de las condiciones y de las razones que conducen al control de una minoría social sobre las condiciones (reales o imaginarias para nosotros) de reproducción de la sociedad y del mundo. Es elaborar una teoría de los mecanismos que descansan sobre el consentimiento y de los mecanismos que se basan en la violencia, en la sustancia misma del poder, en su fuerza. Es una teoría compleja ya que no relega uno de los términos en provecho del otro. No es reduccionista. Pensar "mal" o desear el mal no puede ser el origen de las clases o del Estado. Es ésta una visión ideológica, demagógica, que no permite ni explicar la formación de las relaciones de explotación, ni actuar con eficacia para abolirlas.

A partir de estas observaciones,

quizás podríamos esclarecer de otra manera la famosa cuestión del nacimiento de las clases y del Estado, el problema de la desaparición de las sociedades sin clases. ¿En qué condiciones una parte de la sociedad ha podido elevarse por encima de las otras, formar una especie de "clase", y en qué condiciones su poder empezó a ejercerse a través de una nueva institución que se llama Estado?

En las sociedades que no transforman la naturaleza (las sociedades de cazadores, recolectores), prácticamente todo el mundo sabe, todo el mundo debe saber fabricar las herramientas que son muy simples (una piedra que se recoge y se talla, una madera que se corta y que se vuelve puntiaguda, etc.). Los recursos del territorio pertenecen a todos. Las diferencias sociales en estas condiciones no pueden provenir de un monopolio de los medios materiales de existencia. Parece, sin embargo, que ciertas desigualdades surgen de la posesión restringida de los medios que nosotros llamaremos medios **imaginarios** de reproducción de la sociedad y de la naturaleza. Posesión de ritos de caza, de la fertilidad de las mujeres y posesión de conocimientos que se nos presentan como conocimientos "fantasmáticos".

Igualmente es importante observar que en muchas sociedades

existen aristocracias hereditarias, tipos de "clases" dominantes, sin que exista un Estado. Casi siempre, esta aristocracia, como en las islas Trobriand en Melanesia, realiza diversos procesos de trabajo, pero cumpliendo tareas consideradas como no degradantes. Los aristócratas no transportan cargas pesadas. Participan en el trabajo agrícola por ejemplo, o en la pesca, y casi siempre en una posición de autoridad al nivel de las actividades materiales. La diferencia que existe con la gente común es solamente relativa. Pero la diferencia es absoluta en materia de posesión de conocimientos y del lenguaje ritual. En este dominio, ellos tienen el monopolio del control de las relaciones con los dioses y con sus ancestros.

Una minoría social o a veces un solo clan se presenta como el más cercano a sus ancestros y a sus dioses. Sus miembros son los únicos que pueden hablarles y escucharlos. El clan se presenta ante los demás como el intermediario obligado para que el mundo, la vida, se puedan reproducir normalmente. En el plano teórico, se plantea la cuestión de determinar en qué condiciones pudo surgir tal monopolio, monopolio "imaginario" y monopolio "del imaginario". Este imaginario, sin embargo, solamente es imaginario para nosotros. Los verdaderos actores de la historia saben que

ellos utilizan los medios "simbólicos", pero "saben" también que su poder a través de los símbolos, su poder sobre los símbolos es un poder eficaz, real, y no ilusorio. Lo que nosotros entendemos por poder simbólico, no tiene sentido para ellos. Así, una de las cuestiones precisas planteadas hoy en día a los antropólogos, a los historiadores, a los pre-historiadores, consiste en construir una teoría de las condiciones en que una minoría social se apropia del acceso a lo que se nos presenta como el imaginario social y que constituye de hecho el acceso a los poderes imaginarios que supone el control de la reproducción de la naturaleza y de la sociedad. Esta división entre naturaleza y sociedad es igualmente una distinción que nosotros introducimos. Es una cuestión científica muy difícil y que exige un trabajo muy complejo de comparaciones y de elaboraciones teóricas. Todo modelo reduccionista de tipo ideológico no resiste ante la complejidad de los hechos.

Otro problema científico consiste en comprender el enlace que ha podido establecerse entre diversas formas de monopolios sobre los recursos de un territorio o sobre el producto del trabajo ajeno.

Aunque no podamos todavía responder a estas preguntas, nuestro análisis permite ya esclarecer el

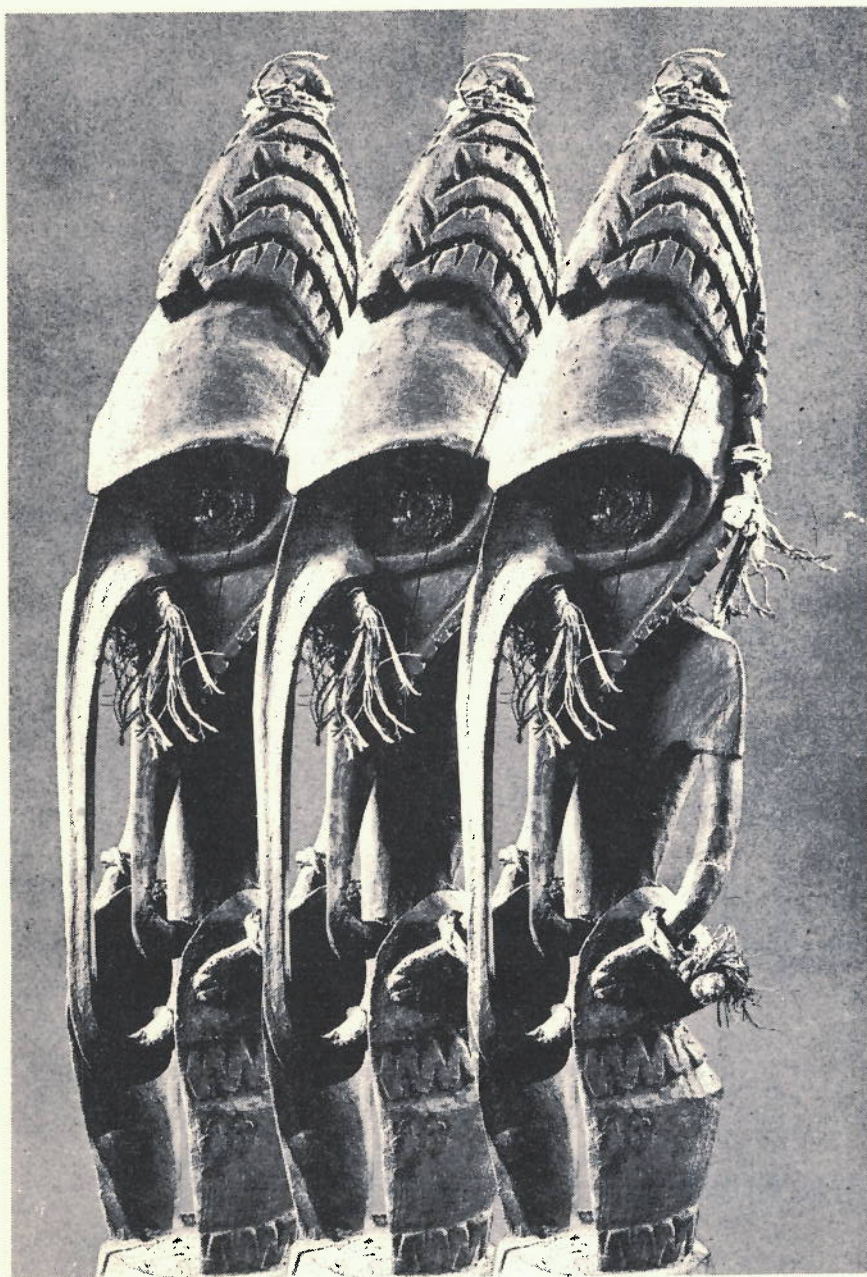
rol que ha podido jugar el consentimiento de las masas en la aparición de las relaciones de explotación. En efecto, todo sucede como si el clan o los clanes que poseen los ritos, y los sacerdotes que pueden "actuar sobre" los ancestros y los dioses o sobre los dioses por intermedio de sus ancestros, se encontrasen al servicio de todos, o le rindiesen a todos un servicio. En intercambio, todos les deben "algo" a él o a ellos. Así se establecen ciclos de prestaciones recíprocas por los cuales una minoría recibe de la mayoría trabajo, bienes, servicios, basados en la lealtad, la abnegación, etc., a cambio de rituales, sacrificios, que ejecuta "correctamente", etc. Nos encontramos ante un proceso que ha podido conducir, en determinadas condiciones, a la aparición del Estado y que explica las ambigüedades del Estado, ya que el desarrollo de un poder particular y de la explotación de una mayoría por una minoría parecen siempre realizarse bajo el lenguaje del interés general. Así, esta doble estructura del poder de poder ser reivindicado en interés de todos y estar al servicio de unos pocos, esta doble estructura es más antigua que el Estado. Pero el Estado lo ha reproducido, y todas las formas de Estado tienen en común esta dualidad.

Estamos persuadidos de que

otras investigaciones realizadas en esta dirección harían comprender que el Estado no apareció en la historia humana como un cuerpo extraño, que el Estado fue el producto necesario de una evolución profunda y no se impuso desde el exterior a las sociedades primitivas sino que surgió "legítimamente" de su evolución. No surgió como un monstruo llegado del mal sino, en cierto sentido, "normalmente", y por esta razón, legítimamente, y asimismo "legítimamente" desaparecerá, deberá desaparecer.

Pues el Estado no será abolido por decreto: se extinguirá al término de la lucha de clases que pondrá fin a las clases. Las funciones asumidas por el Estado y las contradicciones que el Estado expresa y asume, se extinguirán sucesivamente por el desarrollo de las nuevas fuerzas productivas y de las nuevas relaciones sociales de producción. El análisis antropológico e histórico comparado viene a unirse al debate del siglo XIX entre marxismo y anarquismo.

Cuando Marx responde en el Programa de Gotha y de Erfurt, cuando Engels en *El rol de la violencia en la historia*, responde a los anarquistas que el Estado, cuando los trabajadores en la futura sociedad hayan retomado el control de los medios de producción, no será abolido sino que se



convertirá progresivamente en un instrumento desusado, bueno para venderlo como chatarra o para ponerlo en el museo de instituciones desaparecidas, creo que allí se expresa una posición teórica y política que es profundamente "científica". Personalmente pienso que la futura evolución de la humanidad, al término de estas luchas, hará que desaparezcan dos realidades que nacieron unidas, la religión y el Estado, por la desacralización de las relaciones sociales y, al mismo tiempo, por la extinción de los aparatos estatales de represión. Pues el Estado no pudo nacer sin ser "sagrado". Creo que el futuro se esclarece a partir de esta reflexión sobre las condiciones de la aparición del Estado. Existe una invariante a lo largo de toda la existencia y de la evolución histórica de las clases y del Estado: la relación entre la sacralización de las relaciones sociales y la opresión y dominación.

Traducción: Evelyne Dejardin.

HACIA
UNA TEORIA CRITICA
DEL DISCURSO
DE LA
MASS-MEDIACION

JESUS MARTIN BARBERO



INTRODUCCION

Contra lo que el título pueda tener de pretencioso, a pesar de ese "hacia", es necesario comenzar por aclarar de qué se trata. Y decir, en primer lugar, que no se trata de explicar el acontecimiento por palabras ni de reducir la comunicación a lenguaje. No se trata de reducir la historia al discurso, sino de leer el discurso, el discurso de los Medios masivos en este caso, como acontecimiento. Ya que el discurso, como ha escrito Foucault, "no es simplemente aquello que traduce las luchas o los sistemas de dominación, sino aquello por lo que y por medio de lo cual se lucha, aquel poder del que quiere uno adueñarse". Quizá sólo entonces podamos comenzar a comprender en profundidad, el proceso de dominación que viene del monopolio de la palabra, la gestación de esa "cultura del silencio" que ya Martí denunciaba en *Nuestra América*. Esa misma "cultura que Paulo Freire en su *Pedagogía del oprimido* articula explícitamente al discurso del Poder, "poder de los señores de la tierra, de los gobernadores, de los capitanes, de los virreyes. Vivimos nuestro período colonial casi siempre impedidos de crecer, impedidos de hablar".

Es esa misma cultura de la sumisión y del silencio la que transformada, con otras formas, continúa moldeando la vida y dominando la existencia desde esos nuevos procesos de "comunicación" en los que la palabra sigue estando de un lado y el silencio del otro, en los que, mejor que nunca, se ha logrado hacernos sentir como liberación lo que nos esclaviza. Sobre ese discurso que continúa escamoteando la historia, haciendo aceptable la impostura y saqueando los sueños es sobre el que trabaja lo que sigue. De eso se trata. Y la teoría no es entonces más que una herramienta para desmontar la estructura y el proceso en que se constituye ese discurso, para que deje de ser algo extraño, mágico, algo que no sabemos de donde viene o cómo actúa. Para que comprendamos que si nos moldea y nos oprime es desde dentro, desde la complicidad que con él mantiene todo nuestro sistema cultural y nuestro imaginario: esa tupida red de mitos antiguos y modernos de la que estamos hechos, esa trama de imágenes desde la que trabajamos y deseamos. Porque es ella, esa red, esa trama, la materia prima de que está hecho el discurso de la massmediación, la materia prima con que el Poder fabrica su discurso.

* Texto de la ponencia que el autor leyó en el curso del Primer Encuentro de Facultades de Comunicación Social, realizado en Lima, en marzo de 1979.

Pero entendámonos: no se trata del discurso que pronuncia el Poder, ni de la semántica oficial de los políticos, sino de ese otro discurso que trabaja cualquier materia significativa visual o sonora, cuyo análisis consiste en descubrir las operaciones a través de las cuales se constituye y realiza el control. Un análisis que consiste en oponer lo que habla en el discurso contra lo que dice. Lo que en el habla, esto es los conflictos sociales, políticos, económicos, libidinales. Contra lo que dice, esto es la retórica de la felicidad, del bienestar, de la libertad, de la paz, etc. Oponer lo que habla en el discurso de la massmediación o lo que dice es descubrir lo que censura y niega, lo que impide nombrar, pero contra lo que no tiene más remedio que actuar. De esa manera la negación que opera resulta siendo afirmación de lo negado. Y lo que es negado fundamentalmente son los gritos de ese Otro, los que provienen del silencio de los "receptores", mejor dicho de los dominados, y que lo obligan a excederse, a perder el control, a recurrir a una retórica que lo expone y lo torna vulnerable.

La teoría que buscamos no es pues aquella que, atrapada en la inmanencia del discurso, padece la ilusión de una autonomía falaz que le lleva a pretender explicar los procesos de la comunicación masiva por afuera de los conflictos históricos que los engendran, los dinamizan y los cargan de sentido. Sino aquella otra capaz de articular la investigación sobre el discurso a la de sus condiciones de producción, de circulación y consumo. Es decir, una teoría que comience a establecer relaciones no mecánicas entre los diferentes niveles del proceso comunicativo: de la producción de los discursos con el régimen de propiedad de los medios, con los diferentes tipos de relación que con ellos establecen los aparatos de estado, y con las modalidades de decodificación y réplica de los distintos grupos sociales a los mensajes recibidos (M. Piccini). Pero eso exige replantear no sólo las respuestas que durante cierto tiempo nos hemos venido dando, sino incluso las preguntas desde las que interrogamos y formulamos los problemas. Es necesario desplazar ciertos ejes y romper con el esquematismo con que ha sido trabajada muchas veces la relación técnica/ideología, base/superestructura, esquematismo "pedagógico" que pudo haber tenido su eficacia pero que puede estarse convirtiendo en una forma de eludir el movimiento de la historia y la complejidad que han adquirido los conflictos sociales. Y es necesario también acallar la gritería de los asépticos teóricos de la información y de los mass-mediólogos empiristas y pragmáticos, cuyo "ruido" nos está volviendo sordos a la palabra que puja por abrirse camino desde el silencio de los dominados.

I. DEL DISCURSO COMO PRACTICA

En el campo de la investigación de los discursos las nuevas preguntas comienzan por exigir un replanteamiento de la perspectiva aportada por la lingüística y la semiología, y más concretamente de la reducción del discurso de la comunicación a relaciones de significación, de lengua, de estructura. Porque lo que esa reducción impide pensar es el hacerse del discurso y su trabajo, y por ende su inserción en el proceso histórico y la inserción en él del sujeto pulsional. No se trata de desconocer ahora el aporte de la semiolingüística al permitir romper con una concepción de lo ideológico que lo reducía a "ideas", a "representaciones". Es indudable que la concepción saussuriana de la unidad significante-significado obligó a plantearse de alguna manera la materialidad significativa de los procesos, y que su concepto de "valor" lingüístico permitió romper con la mecánica positivista.

A lo que me refiero es a la imposibilidad de reducir el discurso a lo lingüístico. El planteamiento tiene como base una doble sospecha bien antigua: la de que el lenguaje no dice lo que dice, y la que el decir no se limita al habla; que el lenguaje dice más, mucho más de lo que cree decir, y que muchas cosas hablan aunque no sean lenguaje. Modernamente, los "maestros" han llevado la sospecha más lejos, han hecho de ella un modo de lectura de la profundidad; o mejor, de los "bajos fondos" del lenguaje y los discursos. Marx a propósito de la moneda y la mercancía, Freud con respecto a los síntomas histéricos, los lapsus y los sueños, Nietzsche sobre las máscaras de la civilización y la moral. En últimas, es la lectura del trabajo oculto, de la interpretación velada que es cada signo, de la interpretación que imponen las palabras, de la violencia que hacen a las cosas mientras se encubren bajo el manto inocente de la designación o de la referencia, de la significación. En ese mismo tono de lectura, Barthes se ha atrevido a escribir hace poco: "no vemos el poder que hay en la lengua porque olvidamos que toda lengua es una clasificación, y que toda clasificación es opresiva, todo 'orden' quiere decir repartición y conminación, oprime menos por lo que no permite decir que por lo que obliga a decir". Si el discurso es poder lo es porque produce, y produce porque en él hay materia y hay trabajo, y no sólo signos, estructuras de significación.

Frente al idealismo —discurso sin materia, sin objeto—, frente al materialismo —discurso sin sujeto—, planteamos el discurso práctico: lugar en que la lengua se carga y es cargada de historia y de pulsión.

Y no nos estamos refiriendo al discurso "literario" sino al

discurso de los medios masivos. Lo que implica romper con esa reciente mitología de la Escritura que, oponiendo tajantemente el "lenguaje de la comunicación" al "texto poético" hace de éste el lugar de la producción, reduciendo aquel al de la mera reproducción y el sucio comercio. Claro que hay diferencias, pero también equivalencias. Y ubicando el trabajo y la producción del lado de la "escritura" se sigue anclados en la misma trampa: la palabra, el lenguaje, los discursos de la comunicación son condenados como mera, pasiva transformación de información. Y así se reintroduce la coartada que consiste en inocentar el discurso de la comunicación, ahora ya no desde la mitología positivista de la neutralidad sino desde su aparente contrario. Frente a ello, nuestra propuesta es que al "hundir" el discurso masivo en el espesor de las materias y los cuerpos, y al hacer emerger sus bajos fondos, con lo que nos topamos verdaderamente es con la historia, la historia hecha discurso del poder y el deseo. No de un poder y un deseo abstractos sino esos bien concretos que amordazan y luchan en la cotidianidad de nuestras masas latinoamericanas.

1. La cuestión del Poder

Las ciencias del lenguaje —como todas las ciencias— parcelan y dividen. Y esa parcelación, que es exigencia de la "objetividad", es ya una forma de control, de domesticación, de neutralización. No lo afirmo en forma de lamento sino de simple constatación. Y, convertidas en diferencias, las contradicciones son sistematizadas y los conflictos funcionalizados. A propósito del lenguaje y los discursos esto se traduce en la "incapacidad" de las ciencias para abordar el problema de la relación del discurso al Poder. El poder es algo oscuro, algo que escapa a los esquemas. De ahí que hayan sido los poetas y los filósofos los que se han atrevido a abordar la relación del discurso al poder, y el poder que es el discurso. Para los filósofos, poder y discurso se imbrican en el problema de la verdad: ese problema-nudo que disfraza y traduce, desde los presocráticos, el problema de la relación del saber con la organización de la ciudad, de la Polis. Para los poetas, poder y discurso se articulan desde la materialidad misma del lenguaje visto como trabajo, potencia, transformación, cuerpo y placer. Nadie como los poetas —poiesis es un hacer— sabe lo práctico que es el lenguaje, de la práctica de poder que en él habita y que desde él se ejerce.

El discurso es poder, lugar de una lucha específica por el poder. Y esa lucha forma parte de sus condiciones de producción y de circulación. De manera que estudiar las reglas de engendramiento de lo discursivo es estudiar reglas

y relaciones de poder. Es decir que no se trata sólo de que el poder utilice el discurso como arma, como sofisma, como chantaje, sino de que el discurso forma parte constitutiva de esa trama de violencia, de control y de lucha que constituye la práctica del poder. A cualquier nivel, desde el dominio familiar y el de la escuela hasta el nivel del poder del estado. La mejor prueba de ello es que el poder ha reclamado siempre el control del lenguaje y los discursos. No hay sociedad, por pequeña que sea, que no reglamente la producción y distribución de los discursos. Toda palabra tiene —o puede tener— "consecuencias sociales" y desde ese momento el qué, el quién, el cómo y el con qué, todo el dispositivo discursivo, será objeto de una cuidadosa y constante regulación social. La regulación de los lenguajes y de los discursos es una de las claves de la organización y el "equilibrio" de las sociedades. Lo cual está directamente ligado a la legitimación de la dominación que posibilita ese "equilibrio" y esa organización. De manera que a su vez el discurso aparece como un espacio social en que se fundamenta toda una serie de jerarquizaciones, organización de la autoridad. No cualquiera tiene derecho a hablar, no todos pueden hablar de todo. Hay quienes hablan, no para decir algo, sino simplemente para garantizar su derecho a hablar y demostrarlo. Por ejemplo, dado que la posibilidad de mandar, de dar órdenes, exige una relación jerárquica, una autoridad, se pueden dar órdenes con el único objetivo de afirmar que se posee la autoridad. Lo mismo con el interrogar. Como cualquiera no puede hacer cualquier tipo de preguntas, preguntar sobre determinadas cuestiones no significa interés alguno por las respuestas sino la afirmación del derecho a interrogar.

Procedimientos de control, de exclusión, de ritualización de los discursos que atraviesan de parte a parte la comunicación masiva, los dispositivos de la massmediación.

Pensado así, como práctica, el discurso se carga de volumen histórico. Ya no es simplemente algo que está ahí y que después, artificialmente, hay que tratar de insertar en la historia. Porque las prácticas, y entre ellas las discursivas, son aquello en que la historia se hace y se deshace, avanza o retrocede. Pero el discurso se entretiene a la historia sobre todo haciéndola aceptable. Y de un modo especial en los tiempos de "crisis" como el nuestro, cuando los discursos participan masivamente en esa forma de control profundo que consiste en hacer que los pueblos, las masas, acepten como respirable lo que les asfixia. J.P. Faye ha investigado la transformación de los discursos en tiempos de Mussolini y Hitler. Y ha sacado a flote las formas en que la corrupción de los discursos penetró los acontecimientos haciendo aceptable la impostura para millones de hombres. Cómo en el

juego de la circulación de los relatos se fue construyendo ese "cambio de forma", esa reescritura de la historia que convergió en dos sintagmas aparentemente inofensivos: "nacional-socialismo" y "estado-totalitario". Y cómo esa transformación que legitima y hace aceptable la impostura se efectuó no sólo a través y desde los discursos "políticos" sino también en los filosóficos, en los literarios, en los jurídicos, en el de la biología, y en el discurso de ficción tanto como en el histórico. Todos participaron en la producción y circulación del "mensaje" fascista y nazi, porque todos trabajaron desde el mismo código de poder. La frase con que Faye cierra la primera parte de su investigación explícita el objetivo, lo que verdaderamente importa al analizar los discursos: "que el relato que da cuenta de la manera como se hizo aceptable la opresión inicia la liberación".

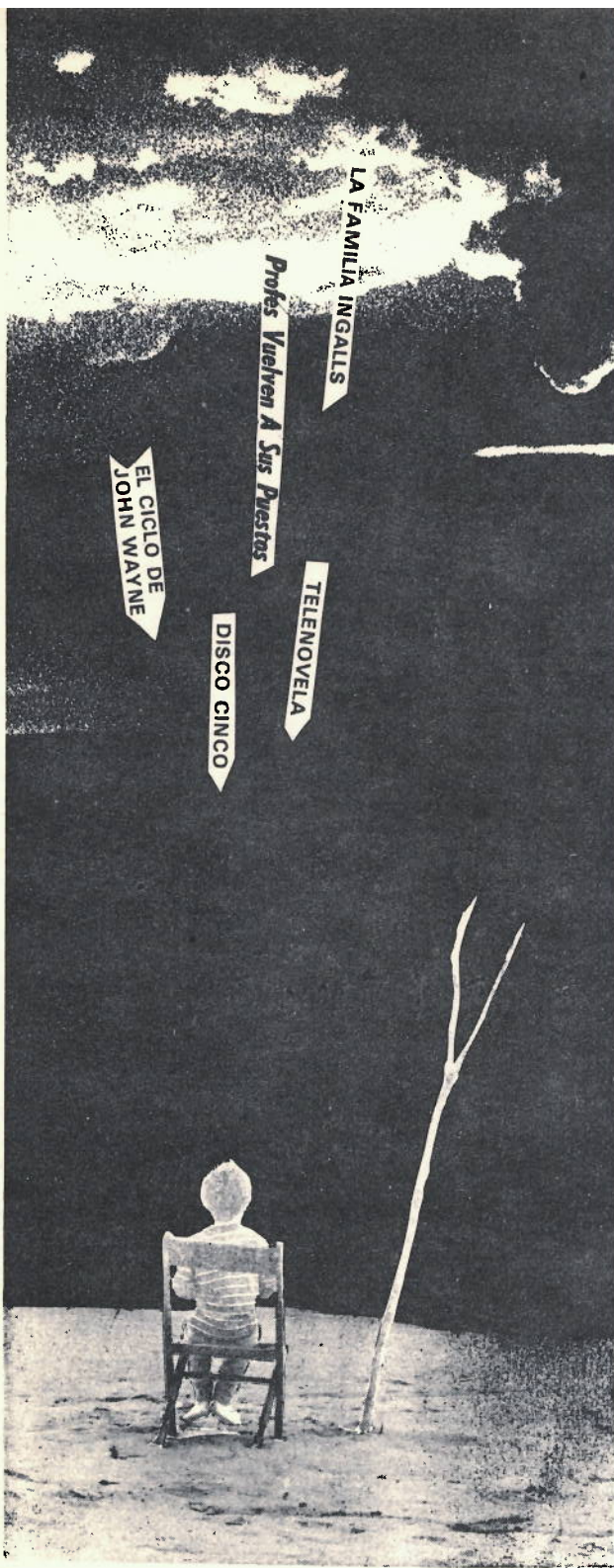
2. La cuestión del deseo

Si la cuestión del poder mina la falsa neutralidad del discurso —la que resulta de un mero tratamiento lógico-formal— la cuestión del deseo lleva más lejos al minar la mascarada de la "objetividad" del lenguaje sin sujeto. La primera tesis sobre Feuerbach reprocha al viejo materialismo haberse enredado en el objeto dejando que sea el idealismo el que desarrolle la cuestión del sujeto, el aspecto activo y subjetivo de lo real, reforzando así la dicotomía sujeto/objeto con la dicotomía actividad/pasividad. Y, sin embargo, el marxismo vulgar, y aún otros menos vulgares, modernos e intelectuales, siguen reproduciendo la vieja dicotomía al concebir las prácticas sin sujeto, la historia sin acontecimientos y la ideología sin proceso, libidinalmente muda y aséptica. Es el psicoanálisis el que ha planteado la cuestión del deseo, el que se ha atrevido a plantear la cuestión del sujeto. Pero, atención, porque si el psicoanálisis aporta a la construcción de una teoría del discurso, y del discurso masivo en particular, es por haber descubierto en la constitución misma del sujeto humano —en su capacidad de asumirse y nombrarse como "yo"— la trama conflictual de lo social. Lo que el psicoanálisis aporta fundamentalmente a una teoría del discurso masivo es su afirmación de que el deseo está radicalmente articulado a la ley de lo simbólico, al discurso de la cultura. Y que esa relación no es algo que venga a añadirse a un sujeto ya constituido, sino que forma parte de su constitución. Que lo simbólico, la cultura, forma parte de las condiciones de existencia y de trabajo del sujeto humano. Entonces la relación del sujeto al deseo y la relación del sujeto al trabajo no son exteriores la una a la otra, es en la imbricación de ellas que el sujeto se constituye, es de su tensión, de su contradicción de lo que está hecho el sujeto.

Porque no es desde fuera como lo social reprime, domestica y explota los deseos. El imaginario es ya social. Si no, ¿cómo explicar que siendo el deseo salvaje sea programable, que siendo anticálculo sea comercializable, transformable en necesidad de cosas y en voluntad de aparecer?

Lo que tiene que ser repensado entonces es la cuestión que ha estado en la base de una gran parte de las investigaciones sobre Medios masivos: la cuestión de la ideología. Es necesario replantear un concepto de ideología que ha servido al mantenimiento de la oposición funcionalista entre información y significación, entre conocimiento y deseo, entre el imaginario y lo real. Si el "yo" no es más que re-conocimiento, si el "yo" es la clave de la ideología, se impone averiguar por esa matriz del yo que es el imaginario, ese lugar de emergencia y trabajo del deseo. Se impone repensar la relación del imaginario a lo real, no ya como a un exterior, no como una ilusión que se disiparía al contacto con lo real. El psicoanálisis nos ha demostrado que el imaginario es parte integrante de lo real puesto que es parte constitutiva de la materia misma del sentido que lo real tiene para los hombres. Lo cual implica que la presencia del imaginario en el discurso no es sólo a manera de huésped, de tema o de contenido. El imaginario no es sólo aquello de que trata un discurso sino aquello de lo que está hecho.

Estamos cansados de oír y leer que la ideología está en el lenguaje, pero la mayoría de las veces el modo en que la ideología habita el lenguaje es pensado a la manera del huésped o de la contaminación. Y bien, si la ideología habita el lenguaje lo es en forma más "primaria" —en el sentido en que Freud habla de escena y procesos primarios— y fundamental: porque el proceso de simbolización, en cuanto codificador originario, es ya un proceso de fetichización que nos trabaja aun antes de que haya "lengua". Antes de que sea codificado por la lengua en palabras-signos, lo simbólico —la ley, la cultura, el superyo— ya ha moldeado el deseo humano inscribiendo sus rasgos en el imaginario. Lo cual implica que el espacio que pone en movimiento la pulsión y el deseo no es un espacio aparte, asocial. Desde Freud sabemos que el deseo es social y antisocial, nunca a-social. La pulsión no es mero instinto sino trabajo del cuerpo, de un cuerpo moldeado por la historia. Y el inconsciente, según Freud, tiene poco que ver con la propiedad privada que el burgués va a exhibir ante el psiquiatra. El inconsciente es la "huella" del cuerpo, y en el cuerpo del desplazamiento, de la escisión, de la dislocación y el compromiso que para los sujetos entraña la presión y el control que toda sociedad impone al deseo. Con el inconsciente Freud descubre el papel del deseo como generador de discurso, y el papel del discurso como mediación a través de la cual el hombre se



arranca a la substancialidad y la inmediatez de lo biológico.

Y, acercándonos más al discurso masivo, es toda la problemática del mal llamado "receptor" la que comienza a poder ser planteada por fuera del funcionalismo de "los efectos" y el moralismo de la "resignación del esclavo". La pista nos la da la pregunta de Freud acerca de la contradicción que vive el "histérico", quien a la vez quiere y no quiere curarse, la pregunta sobre la complicidad del enfermo con su enfermedad. Pregunta que podemos traducir así: ¿qué en el dominado trabaja a favor del dominador? ¿Poniendo en juego qué contradicciones la dominación es también actividad y no mera pasividad en el dominado? O la traducción que hacen Deleuze y Guatari: "¿por qué soportan los hombres desde siglos la explotación, la humillación, la esclavitud, hasta el punto de 'quererla' no sólo para los demás sino para sí mismos?" Lo que hace claras esas preguntas es que sólo si la opresión es de alguna manera actividad del oprimido, sólo si se desmonta la complicidad del dominado con su dominación será posible romper con el verticalismo populista y comprender realmente que la liberación es problema del oprimido, que es en él donde se encuentran las claves de su liberación.

La cuestión del deseo nos posibilita plantearnos eso. Y comprender entonces —con todas las consecuencias que ello implica— que el imaginario colectivo es la materia prima con que los medios masivos trabajan, y que en ese discurso de la **massmediación** el deseo de las masas es amordazado, explotado y vuelto contra ellas.

II. EL DISCURSO DE LA TELEVISION

El dispositivo de la **massmediación** desborda cada día más el ámbito de los llamados Medios, opera desde otros muchos espacios, desde otras materias, sin ir más lejos desde la "masa" de objetos que nos rodean, que nos hostigan, que mediatizan inexorable y permanentemente cualquier relación. Al interior de ese dispositivo la televisión ocupa un lugar clave: aquel en que el consumo cotidiano es convertido en espectáculo, fabricación incesante del imaginario mercantil, ese que transforma los conflictos de los sujetos en diferencias entre objetos.

Así ubicado, el discurso de TV exige un análisis plural, un análisis que vaya de una antropología del espectáculo a una economía de la imagen y una sociología del ver. Sólo en ese contexto el análisis de los diferentes textos televisivos escapará a la tautología de tanto análisis de contenido y al idealismo de no pocas lecturas ideológicas. Lo que sigue son algunas pistas para esa investigación.

1. La sociedad como espectáculo

El espectáculo no es sólo el resultado sino la forma misma del discurso televisivo. Forma que consiste en la equivalencia en imágenes (signos) de la historia del mundo, esto es, de lo que dan a ver los noticieros, los documentales, los telefilmes, y de la figuración de los objetos, es decir lo que da a ver la publicidad. Es esa equivalencia lo que el telespectador consume. Sobre el telón de fondo de la publicidad, sobre ese permanente ritual en donde las tensiones y los conflictos se adelgazan hasta desaparecer, sobre esa danza incesante del objeto, las vicisitudes de nuestro mundo, los acontecimientos, por más fuertes, desconcertantes y subversivos que sean, quedan neutralizados. Todo, tanto el placer como el dolor, la fiesta, la miseria o la muerte, todo es "objetivado", esto es, valorado y codificado según el valor y el ritmo de los objetos. Y entonces, hecho consumible. Aún más: presos en la red de las equivalencias que traza el montaje de la jornada televisiva, el dolor o la muerte pasan a convertirse en mera ocasión, en pretexto para que el objeto dance ante nuestros ojos. Ejemplo: un detergente nos "regala" la imagen de una masacre de negros en Sudáfrica, el detergente abre y cierra la escena. Esa es la percepción del mundo que impone el espectáculo-consumo y del que vive toda la **massmediación**, pero de una manera mucho más acabada la TV. Porque en ella, como en ningún otro medio, la imagen garantiza la realidad. ¿Qué más real que lo que la imagen hace ver? Sólo que es desde la imagen

publicitaria, desde la que la televisión ve y nos hace ver el mundo. Y ello es ya tan connaturalmente su forma que hasta pudiera prescindir de la publicidad-contenido. Lo publicitario hoy en la TV no son los **spots** comerciales sino la forma global de su discurso: la puesta en escena de un mundo recortado y mirable en espectáculo, un mundo hecho a la imagen de la mercancía.

Mientras tanto, muchos investigadores de TV siguen obsesionados con el problema de los "efectos" benéficos o dañinos, sobre si aumenta o hace bajar la tasa de violencia, de agresividad, de obscenidad. . . El problema es que las estéticas —tanto como las teorías desde las que son elaboradas— dan la razón a los que defienden una oposición con tanta certeza como a los que sostienen la contraria. Se sigue empeñados en buscar efectos directos sobre el comportamiento sin comprender que la eficacia del espectáculo, como la del ritual, no es mensurable por el esquema del estímulo/respuesta. Pues el verdadero problema a afrontar es el cambio producido en la percepción del mundo, la mutación cultural. Y entonces lo que hay que interrogar no es una cuestión de "efectos" sino de esa nueva percepción del mundo que engendra la espectacularización: esa sensación de orden en el desorden y de plenitud en el vacío, esa sensación de participación que engendra la satisfacción de ver. Furio Colombo cuenta cómo, después de la inundación, los habitantes de la ciudad de Florencia dejaron pronto de protestar contra la incuria y la irresponsabilidad de la administración, —causas de no poca parte del desastre— para pasar a protestar por algo que se juzgó más importante: lo escasa, lo tardía e incompleta que había sido la representación televisiva de la tragedia. Para aplacar la ira popular se realizó un documental dirigido por Zefirelli y, sólo entonces, sólo cuando los que habían vivido la tragedia la vieron representada en la pantalla, la ira popular se calmó. "Pareció como si, convertida en espectáculo, la tragedia disminuyera la intensidad, como si se hubiera establecido la justa proporción de los hechos a través de la transformación del acontecimiento en símbolo".

2. La publicidad como ritual

Donde el discurso televisivo adquiere su plenitud es en la publicidad. En ella, los recursos del lenguaje televisivo han encontrado su desarrollo más logrado. De manera que cuando los norteamericanos —maestros indiscutibles en ese arte— pensaron en hacer un gran programa educativo en TV, no dudaron en darle la estructura y recursos del comercial publicitario. Ese programa se llama **Plaza Sésamo** y, aun cuando en su versión mexicana ya no se venden las letras o

los números, sigue estando construido sobre la estructura temporal y visual de la cuña publicitaria.

Durante largo tiempo la publicidad fue mirada por los críticos como una mera excrecencia del sistema, y como una cuestión de adorno, de decoración. En la actualidad, el punto de vista ha cambiado. Poco a poco nos hemos ido dando cuenta de que el "lugar" donde trabaja la publicidad es estratégico. No es sólo lo que indica el hecho de que los países capitalistas le dediquen cantidades astronómicas. Según Mattelart, ya en 1970 lo gastado en publicidad ascendió a 33 mil millones de dólares, suma equivalente al ingreso nacional conjunto de Chile, Colombia, Ecuador, Perú, Uruguay, Venezuela y la totalidad de las repúblicas de Centroamérica. Es que en la publicidad, y con ella, nuestra sociedad construye y reconstruye cada día la imagen desde la que se mira y nos hace mirarnos a cada uno. Y esa imagen ya no es mera excrecencia, es el imaginario desde el que se trabaja y se desea. Absorbidos por las imágenes, digeridos por las máscaras, los individuos se reconocen, esto es, se identifican, se sienten sujetos, en la medida en que se diferencian por objetos. Y presos en ese movimiento circular, se sienten libres, creen escapar así a la dominación estructural.

Esclavos en el trabajo pero libres en el consumo. Como el trabajo al desposeer, solidariza, así el consumo, al realizar la posesión, individualiza. El trabajo genera un movimiento de conocimiento y lucha, identifica las clases. El consumo genera un movimiento de reconocimiento y de repliegue hacia la identidad del individuo. Y es en ese repliegue donde se sueña libre. A propósito del Pato Donald, ya plantearon Mattelart y Dorfman: "la amenaza no es por ser el portavoz del *american way of life*, el modo de vida americano, sino porque representa el *american dream of life*, el modo en que los EE.UU. se sueñan a sí mismos". El modo en que el sistema no exige que nos representemos nuestra propia realidad para su propia salvación. "Tenga el coraje de sus sueños" grita tramposamente la publicidad.

El análisis del discurso publicitario se vio grandemente enriquecido por el aporte de la semiología. Pero de los ya clásicos textos de Roland Barthes y de Umberto Eco a los más recientes de L. Porcher y de G. Peninu, parecería como si el afinamiento de las herramientas y los logros en la formalización hubieran hecho olvidar la tensión crítica que desgarraba los primeros análisis, como si se hubiera perdido de vista el mundo en ese otro mundo del que la publicidad habla a pesar de que lo que dice y a través de ello. Para analizar la publicidad televisiva se necesita, desde luego, una lectura más intertextual. Comenzando porque en televisión es imposible comprender la retórica publicitaria aisladamente, es-

to es, desvinculada de los textos que enmarca o en los que se inscribe, ya que no es lo mismo encontrarse un anuncio publicitario a la vuelta de la página que "cortando" el movimiento de la imagen. Para el análisis de la publicidad impresa el tiempo no cuenta mientras que en la de televisión el tiempo es fundamental tanto por lo que respecta a la duración del *spot* —la constricción económica transformada en exigencias de carácter estético y de ritmo— como por lo que respecta a la manera en que el *spot* se inserta en el tiempo de la emisión, en la temporalidad de la narración, y ambas en la temporalidad de la jornada televisiva.

Lo anterior hace necesario relevar la especial relación que articula la imagen publicitaria al resto de lo que pasa por la pantalla. El "texto" publicitario, tal y como aparece en la mayoría de las televisiones del mundo, y especialmente en el modelo elaborado por su más grande productor, los EE.UU., funciona como *encuadre* del discurso televisivo. La publicidad encuadra el resto como guía de lectura ubicada en relación no al plano manifiesto de los contenidos, de los programas, sino a ciertas operaciones semánticas profundas que subyacen al conjunto del discurso. El texto publicitario no " nombra " el programa que le sigue o al interior del cual aparece, a la manera como lo hace el titular de una sección o de un artículo en una revista. Pero, siguiendo el camino abierto por Eliseo Verón en sus últimas investigaciones, se pueden detectar también aquí ciertas relaciones de encuadre. De hecho, el texto publicitario es el que " programa " el resto y no sólo en el aspecto financiero sino en el de la organización de la temporalidad televisiva: mañana, medio día, tarde, media tarde, noche; es decir, los horarios que reglamentan el " precio " de la emisión y por tanto el " valor " del programa. Por otra parte, está la existencia de verdaderos paradigmas de clasificación: Información: los noticieros, de opinión, debates, emisiones en directo. Entretenimiento: las telenovelas, los concursos, los musicales, etc. Cultural: teatro, conciertos, ciertos concursos sabios. En un muestreo efectuado sobre el canal 7 de la televisión colombiana pudimos comprobar ciertas relaciones entre horario de emisión, tipo de programa y cierto tipo de objeto publicitado así como de texto publicitario. Es evidente que las constantes descubiertas no operan en una relación fatal de causa/efecto pero sí configuran y dejan entrever algunos rasgos y algunas operaciones de eso que hemos llamado "eficacia del ritual discursivo".

Así es posible descubrir, siguiendo a Verón, que la relación del texto publicitario al discurso televisivo es en parte la que se presenta en los semanarios "burgueses" ya que opera por "referencia anafórica"; es decir, no por identificadores

explícitos sino por co-presencia y contextualidad. Pero esa relación es también en parte la del semanario "popular", primordialmente por la redundancia. Por redundancia entendemos en este caso la "carga" de publicidad en su relación a la capacidad de resistencia del programa y del tipo de espectador. Es espacio más denso en ese sentido es el de algunos noticieros, en los que a la cantidad de spots que cortan cada cinco minutos la emisión, se añade toda la publicidad que lo atraviesa en sus múltiples formas: publicidad —foto fija— del producto que patrocina el programa y sobre la que éste se abre y se cierra y que permanece a la vista (salvo cuando la cámara enfoca otras fotos fijas de productos que patrocinan noticias por secciones como las deportivas, las internacionales, las económicas). Además, esas secciones se inician con una frase del locutor que dice más o menos "la marca tal les ofrece las noticias tales". Además, una marca de reloj suele dar la hora una o dos veces por emisión. El encuadre publicitario se convierte así en trama que se entreteteje al discurso televisivo, lo organiza y lo sostiene. Y el discurso publicitario se convierte en travesía que permite al imaginario comercial navegar, a través del ver, hasta los "bajos fondos" en los que la demanda de información, de entretenimiento o de cultura es atrapada y moldeada por las equivalencias de la demanda comercial.

3. El ver como participación

Decir "televisión" es nombrar demasiadas cosas juntas: noticieros, concursos, novelas, musicales, debates, deportes, etc. Y sin embargo, pienso que esa demarcación no permite comprender el funcionamiento del discurso televisivo. No se trata de negar la necesidad de estudiar cada tipo de programa sino de relativizar ese desglose a la hora de sacar a flote los mecanismos que articulan las operaciones del discurso televisivo a los mecanismos del poder. Demasiado evidente y exterior, el criterio de diferenciación por programas deja por fuera lo que el fenómeno televisivo tiene de más específico: la intertextualidad, la interpenetración de unos textos en otros desde la imagen y en el ver. La manera en que la visión del noticiero está condicionada —y condiciona— la visión de las telenovelas no tiene parangón posible con la relación que el lector pueda establecer entre las noticias y la novela por episodios que le proporciona el periódico. Claro que también ahí se configura una interrelación de discursos pero la imagen icónica pone en funcionamiento mecanismos particulares que distancian el ver de la lectura de un texto escrito.

Ningún otro medio había logrado tornar idéntico el lugar donde se forma la imagen con el lugar donde transcurre "lo



real". Solo la TV, con su "toma directa", es capaz de hacernos ver el acontecimiento en el lugar y el tiempo en que éste sucede. Como el hombre de la caverna platónica, el televidente "ve" y ese ver es para él experiencia inmediata y garantía de verdad. Todo el complejo, el colosal entramado de procesos y mecanismos técnicos, sociales, económicos que median entre el ver de la cámara y el de su ojo desaparecen. Sentado frente al televisor, el hombre siente que está frente a la realidad. Y una vez que ha sido incorporada esa sensación, poco importa ya que la toma sea directa o diferida. Lo único importante, lo definitivo es la co-incidencia de esos dos espacios, el de la imagen y el de lo real, en el tiempo ver. Haciéndonos ver lo que ella ve —ya que lo que miramos es lo que ella nos da a ver—, la televisión produce en última instancia la identificación del acontecimiento con el espectáculo. La proyección "interior" hace de la pantalla de televisión un espejo aun más concentrado, es decir que conduce más imperiosamente al espectador a identificarse con lo que pone en escena el espectáculo, y a olvidar aquello que, invisible, hace ver: tanto en el plano del dispositivo técnico-económico que hace posible la imagen como en el del dispositivo psíquico en que fermenta el imaginario. Porque lo que en su ver el televidente no ve es que "la sed filmada es ya una reflexión sobre la sed" (Colombo). Lo que no puede ver (y se le escapa) es "la tasa de plusvalía figurativa" (Schefer) producida en la desaparición del ins-

trumento y del proceso de trabajo. Sabemos que ese proceso —por más rápido y por más corto que sea el tiempo en que se realice—, cubre una gama de operaciones tecno-discursivas de selección, de combinación, de ajuste, de montaje. Que lo que se ve en la pantalla es el punto final del complejo proceso del emitir, proceso que en su esquema elemental comprende: un enfoque **previsto** así sea mínimamente —al menos por la pericia del camarógrafo, esto es por ese código del saber-hacer que es parte del ritual— según una selección de ángulos y de planos que, multiplicado por un número más o menos grande de monitores, llega hasta el tablero de un director que escoge entre esas diferentes imágenes la que será puesta en onda. Ese trabajo discursivo de selección, de montaje, de construcción y, por tanto, de interpretación, se produce aún en la toma directa y simultánea. Lo que vemos en la pantalla son imágenes que resultan de otro ver que lee y escribe “para nosotros”. Y este ver, el que fabrica las imágenes, no reside en, no es el del ojo-conciencia del camarógrafo, ni siquiera el del director, sino el del dispositivo social ideológico y mercantil que, en cuanto conjunto de reglas, en cuanto código, materializa formas de poder. Todo ello produce un proceso específico de participación. Ya de suyo la comunicación visual disminuye la vigilancia del espectador. Las imágenes “aspiran” al que las mira. Y, en el caso de la TV, la falta de un entorno ritual, su ubicación en el ámbito de lo familiar-cotidiano refuerzan la actitud de no recelo, de “simpatía”. Para ver cine hay que salir de casa, comprar un boleto de entrada, rozarse con los otros en la fila y en la sala de proyección, sentarse en una determinada forma, estarse casi inmóvil durante hora y media, sentirse aislado en la falta de luz, etc. Nada parecido para ver televisión. Puesto que forma parte de la familia, la pantalla encendida pierde todo carácter de agresor y se convierte en la gran compañera. Las encuestas han demostrado que para millones de personas la TV es sentida tan necesaria como la droga en un drogadicto y tan cercana como un amigo. A través de ella, millones de hombres y mujeres se sienten viviendo, es su gran forma de participación en la vida social.

La TV no es sólo la conversión de la realidad en espectáculo sino también la transformación del espectáculo en realidad. Ella es el paradigma de la forma en que nuestra sociedad vive y “objetiva” las relaciones sociales. Porque “el espectáculo no es un conjunto de imágenes sino una relación social mediatizada por imágenes” (Debord). Como la mercancía, es una relación social mediatizada por objetos, valor abstraído, separado del trabajo y de las relaciones de dominación en que se engendra su valor. En nuestra sociedad,

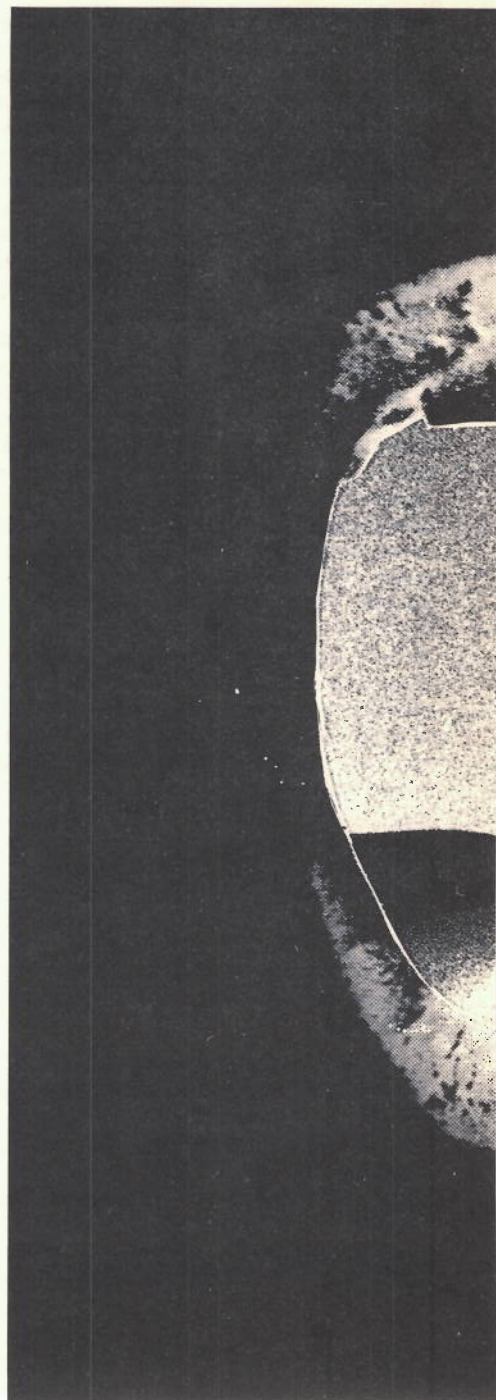
imagen y mercancía “comunican” entre sí y de ellas extrae su valor toda comunicación. Son la doble mediación de la que el discurso de la **massmediación** tomó su fuerza y su poder. La indagación acerca del discurso televisivo pone al descubierto el verdadero entramado de que está hecho el **medio** Televisión: no mera técnica de difusión de imágenes sino materialización significativa de un determinado modo de intercambio, o mejor, de un determinado modo de producir el intercambio: aquel en el que las relaciones sociales están dominadas por la lógica de la mercancía.

Termino con las preguntas con que termina la investigación que este texto ha condensado:

¿Por qué el nuevo modo de ver y de narrar que es hoy la mejor literatura latinoamericana no se escapa, no despega del libro para entrar en las masas? ¿Cuántos son los millones de latinoamericanos que no saben leer o que económicamente jamás tendrán acceso a los cuentos, las novelas y los poemas en que se está reescribiendo, rescatando la historia de estos pueblos? Mi pregunta no impugna el libro, pero tampoco quedaría respondida con adaptaciones, con traducciones a imagen de lo ya hecho. Porque lo que necesitamos es que ese nuevo modo de ver haga estallar los códigos con que el comercio castra el cine y la televisión. Si de lo que se trata en la literatura es de liberar la historia desde el imaginario, necesitamos que esa liberación trabaje allí donde el imaginario de las masas es cotidianamente atrapado y vuelto contra ellas, allí donde los sueños son convertidos en ensoñación y somnolencia, allí donde la solidaridad que viene del trabajo es convertida en egoísmo consumista, allí donde el coraje y la rabia son funcionalizados y amordazados.

EN EL UMBRAL
DE LA
SEMANTICA:
ORIGEN Y
EVOLUCION
DEL
LENGUAJE
HUMANO

FERNANDO SILVA SANTISTEBAN



El pensamiento simbólico y las formas de comportamiento de él derivadas constituyen los rasgos fundamentales con los que se establecen las diferencias entre el hombre y el animal. De este modo, el símbolo resulta ser la clave de la naturaleza humana, como lo han señalado diversos autores. "Señales y símbolos corresponden a dos universos diferentes —dice Cassirer— una señal es una parte del mundo físico del ser; un símbolo es una parte del mundo humano del sentido. . .".

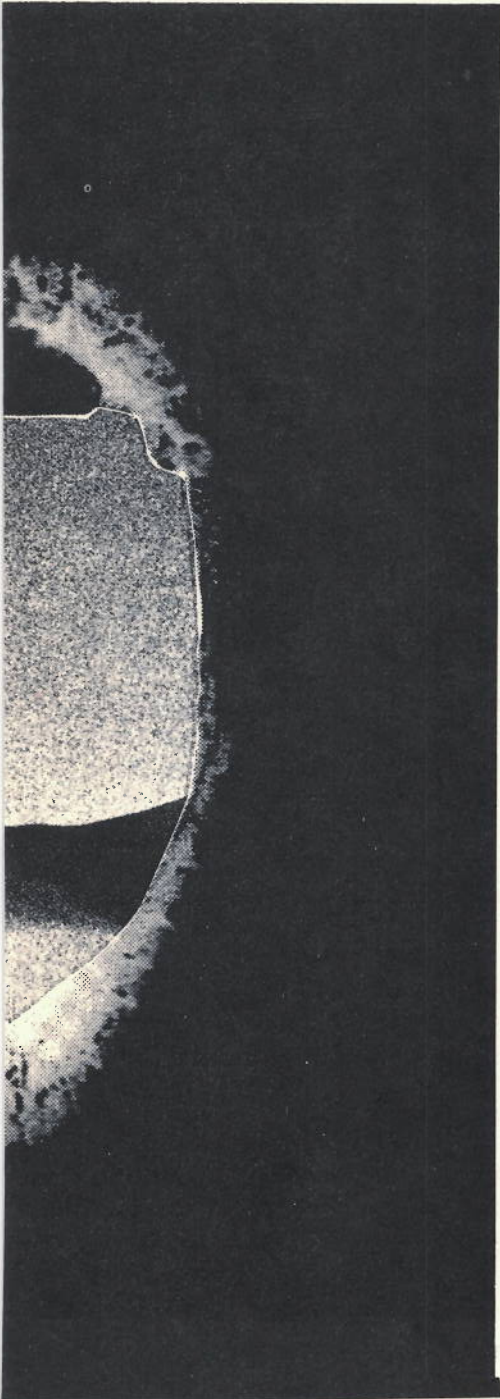
Muchos investigadores que se han ocupado del fenómeno de la simbolización coinciden con este género de proposiciones; así, por ejemplo, Leslie White expresa que "el proceso de la evolución biológica hizo aparecer en el hombre, y únicamente en el hombre, una facultad nueva y distintiva: la facultad de usar símbolos. . . y la emergencia de los símbolos se ha traducido en la génesis de un nuevo orden de fenómenos: un orden extrasomático, cultural".

Es indudable que la capacidad de simbolización es cualidad exclusiva de nuestra especie y que en ella se sustenta el desarrollo de todas las formas de la vida social humana. Sin embargo, partir del simbolismo, ya así cualitativamente establecido, para comprender y explicar la naturaleza del pensamiento y las actitudes

del hombre significa o bien arrancar desde una base puramente metafísica —si no se acepta como determinantes de la simbolización las propias condiciones de la vida animal— o, en todo caso, pasar por alto un proceso mucho más profundo y significativo, cual es el de la transición de la señal al símbolo, es decir, de la "animalidad" a la humanidad, sin cuya explicación carece de inteligibilidad la condición humana misma.

Tal como suele plantearse el problema, desde un punto de vista meramente lógico, deja la impresión que tanto el lenguaje como la capacidad de fabricar instrumentos, o de concebir el mundo, es decir, las facultades humanas inherentes a la simbolización, son algo que existe o no, sin admitir posibilidades intermedias. Ha quedado así establecida una diferencia formidable entre la esfera de la señalización animal y el mundo humano de los símbolos.

La semiótica —siguiendo las definiciones del Saussure y de Peirce— excluye deliberadamente los estudios neuro-fisiológicos de los fenómenos sensoriales, lo mismo que las investigaciones genéticas, pese a que es precisamente sobre las observaciones de este orden que extrae muchos de sus instrumentos básicos, y relega el problema a lo que se ha denominado el umbral inferior de la semióti-



ca, del cual sólo toma como punto de partida el linde entre señales y símbolos.

En el campo de la antropología, Alfred Kroeber propuso una explicación mediante su teoría del "punto crítico", según la cual la simbolización se produjo por un salto único y completo, efectuado de una vez por todas: en un momento determinado en la historia del proceso evolutivo de los homínidos se efectuó una alteración orgánica portentosa, localizable probablemente en la estructura cortical, que le confirió al animal (cuyos progenitores no la habían tenido) la facultad de "establecer comunicación, aprender, enseñar, abstraer un significado de la serie innumerable de percepciones y sensaciones concretas". Así, gracias a esta aparición, el principio del simbolismo, como la oración mágica *isésamo, ábrete!* habría dado origen al mundo específicamente humano de la cultura. Otros antropólogos piensan que nunca conoceremos cómo y de qué manera nuestros ancestros animales llegaron a emplear el lenguaje.

Los cada vez más numerosos trabajos experimentales sobre las formas de pensamiento y de conducta social de los antropoides actuales, buscan establecer asideiros concretos para analizar las diferencias desde planos más objetivos; aunque algunos no han hecho más que ratificar las diferen-

cias cualitativas. Koehler manifiesta que el lenguaje se halla definitivamente fuera del alcance de los monos antropomorfos y a igual resultado llega Révész: "el lenguaje —dice— es un concepto antropológico que tiene que ser totalmente descartado del estudio de la psicología animal". Sin embargo, Yerkes sostiene que "hay pruebas abundantes de que varios otros procesos del signo, diferentes del simbólico, ocurren con frecuencia y funcionan efectivamente en los chimpancés" y señala algunas diferencias en determinados procesos, como por ejemplo, el chimpancé carece de la operación de "retener" que permite al hombre la localización de una situación por un tiempo indeterminado. Wolfe, Cowles, los Kellogg y más recientemente Lennenberg arriban a conclusiones similares. Este último investigador ha efectuado una revisión de las evidencias dentro de la biología, la genética y la neurología comparadas, a la luz de las controversias suscitadas con respecto a la continuidad o discontinuidad evolutivas, y llegó a la conclusión de que las evidencias están de acuerdo con ambas posiciones, que son compatibles con las teorías modernas de la psicología evolutiva y que los procesos cognoscitivos del hombre tienen "peculiaridades biológicas" que los separan de las demás especies. Si bien los estudios del compor-

tamiento animal y de las diferencias anátomo-fisiológicas que se observan en el encéfalo y en el sistema nervioso del hombre y de los grandes monos antropomorfos ofrecen algunos datos para reconstruir los orígenes de la simbolización, se sustentan en la comparación entre el hombre y los antropoides actuales, sus parientes más próximos; pero el problema entraña el hecho de que entre ambos extremos de las líneas filogenéticas están de por medio 20 millones de años de evolución divergente, desde que se separaron de su común entronque, probablemente en el Mioceño.

El hallazgo de los *australopitécidos*, cuya antigüedad data de hace aproximadamente millón y medio de años, y la suposición de que se trataba de los más antiguos antepasados del hombre, dio pie a la idea de que el progreso evolutivo de la humanidad fue casi violento. Parece ser, en realidad, que la evolución de la línea —quizá resulta más apropiado decir de las líneas— de nuestros predecesores animales ha sido mucho más larga de lo que han supuesto los propios evolucionistas. Los últimos descubrimientos efectuados en Hadar (Etiopía), Lothagam Hills (Kenya) y Rudebanya (Hungría) quintuplican, por lo menos, la antigüedad de nuestros antepasados pre-humanos. Y, de ser científicamente ra-

tificadas sus características, vendrían a llenar el vacío que se encuentra entre los australopitécidos y el **Ramapiteco**, "abuelo ancestral" del hombre, que vivió en el Mioceno Medio hace entre 14 y 19 millones de años. De otro lado, parece confirmarse la tesis que la evolución hacia la humanidad no se produjo en una sola línea ni en un solo foco originario sino en varias líneas simultáneamente.

¿Cómo se relacionan estos hallazgos y, de manera general, de todos los homínidos fósiles, con los orígenes del lenguaje? Fundamentalmente, sirven de hitos de referencia, puesto que los estudios de la evolución del lenguaje concuerdan con los resultados proporcionados por los materiales paleoantropológicos. Si se compara los cráneos de los períodos sucesivos se puede observar un reforzamiento progresivo de los caracteres específicos del hombre moderno: descenso del nivel del punto lámdico que caracteriza el crecimiento del lóbulo parietal del cerebro, abultamiento y redondez del hueso frontal, disminución de las proporciones de la mandíbula; descenso de la línea milohioidea, que es índice del descenso de la laringe necesario para el desarrollo de la fonación, y otras transformaciones anatómo-fisiológicas.

Pero no basta el material osteoló-

gico, aunque proporciona evidencias fundamentales. Es preciso acudir, al menos para el estadio que precedió al uso de la palabra, a inferencias lógicas con la ayuda de otras observaciones. Por muchos factores que debieron oponerse a la vida solitaria, entre ellas las características sexuales de los primates superiores, cuyas hembras no tienen estado de celo sino ciclos regulares que permite una actividad sexual casi continua y en algunas especies la formación de pequeños "harenes", así como por la etapa de cuidados que requieren las crías para sobrevivir mientras puedan valerse por sí mismas, durante la cual la madre las amamanta, abriga, protege de los demás animales y les enseña los hábitos principales de su especie, y otros más, es un hecho que los primates de los que evolucionó la humanidad vivieron conformando grupos similares a los de otras especies y, aunque en pequeño grado, su conducta debió estar coordinada de alguna manera. Cada individuo trabaja por sí mismo y algunos adultos debieron cuidar de los pequeños. La necesidad debió obligarlos a adoptar ciertas formas de cooperación y esfuerzos coordinados para lo cual tuvieron que emitir gritos, llamadas y gestos en un principio inconscientes, pero que poco a poco se fueron identificando con las circunstancias. Los antecesores del hombre

no fueron animales poderosos en comparación con muchos otros que compartieron su habitat y de los que a menudo tuvieron que defenderse, descubriendo tempranamente que esa defensa era más efectiva si la emprendían en cooperación. Debido a que estaban ya habituados a desplazarse sobre las extremidades inferiores y a la libertad que este hecho confería a los brazos y a las manos perfectamente configuradas para asir y al desarrollo asombroso de los órganos táctiles, empezaron a emplear sistemáticamente los objetos naturales que estaban a su alcance, como piedras y palos, para conseguir algunos objetivos primarios en el sustento y, seguramente, para defenderse.

Al aumentar la frecuencia de las empresas cooperativas, los patrones de hábitos y la capacidad selectiva condujo a nuestros predecesores hacia la cooperación en otras circunstancias, como la caza de animales para alimentarse. Fue así como los sonidos, gestos y otros movimientos expresivos para coordinar las tareas, sobre todo las señales fónicas, llegaron a **representar** las diversas acciones y fines implicados, induciendo la actitud conforme esas representaciones y desligando determinados procesos de la actividad mental de la percepción directa de las cosas. El estímulo sonoro, en virtud del principio de asociación, se enlazó en el cerebro con la

imagen visual. La imitación de dicho estímulo se produjo por la necesidad sentida de referir algo a los demás miembros de la comunidad. Paulatinamente se fue formando afianzado un vínculo condicionado entre las imágenes, su representación auditiva y las sensaciones cinéticas del aparato fonomotor.

Lenguaje y pensamiento se hallan indisolublemente unidos; tan sólo con la aparición de la palabra se halló el hombre en condiciones de abstraer de los objetos tales o cuales propiedades y distinguir las relaciones existentes entre las cosas, como algo distinto de las cosas mismas. Aquí radica la doble función del lenguaje: como medio de comunicación entre los miembros de la sociedad humana y como mecanismo para la formación de conceptos y procedimientos de abstracción en el individuo, lo cual, a su vez, permite la comunicación.

Hay, sin embargo, una cuestión importante que es necesario explicar y que constituye un viejo y discutido problema de la lingüística: normalmente la relación que existe entre el plano fónico de la lengua y el plano significativo de la misma es arbitraria. Dicho de otra manera, los lingüistas sostienen que no existe relación directa **natural** entre las palabras y las cosas que representan. Saussure estudió el problema en su exposición del **signo lingüístico**.

Para él, el signo lingüístico es una entidad psíquica compuesta por dos elementos: el **significante** y el **significado**. El significante o imagen acústica es la impresión psíquica que se produce en el cerebro al oír una palabra, por ejemplo **árbol**, que unimos inmediatamente con el concepto, el **significado**, que todos tenemos de lo que es un árbol. Ambos elementos están inseparablemente unidos, como las dos caras de un papel, y regidos por una serie de leyes, entre las que se advierte tanto el carácter arbitrario de las relaciones como el **carácter lineal** del significante. El carácter lineal es el principio por el cual resulta imposible que en un mismo mensaje puedan aparecer simultáneamente dos significantes; necesariamente uno tiene que seguir al otro. Ullmann llama **nombre** a la combinación de elementos fonéticos y **sentido** a la información que se comunica al oyente; el **objeto** al que hace referencia el nombre no está directamente conectado con él, sino que se relaciona a través del sentido. El **significado** de una palabra será la relación recíproca que existe entre el **sonido** y el **sentido**.

La cuestión es entonces ¿cómo y sobre qué asideros surgieron las primeras palabras del lenguaje? En un principio se propusieron algunas explicaciones, relacionadas con dos hipótesis centrales: una que se ha denominado de las

interjecciones y otra de la imitación de sonidos o teoría onomatopéyica. Algunos autores sostienen que las exclamaciones y los gritos involuntarios formaron el estrato primario de las palabras usadas por el hombre y que todas las demás formas deben haberse derivado de ellas de una u otra manera. De otro lado, las teorías de las anomatopeyas señalan que a partir de la imitación sonora de los sonidos que se encuentran en el medio ambiente, el hombre formó las primeras palabras del lenguaje. Ambas hipótesis han sido descartadas debido a que "no explican las verdaderas formas lingüísticas". Ni las exclamaciones involuntarias, ni las palabras que imitan sonidos son, como tales, formas lingüísticas; los verdaderos símbolos lingüísticos, como las palabras —enfátizan algunos lingüistas— son todos convencionales y arbitrarios y sus significados deben ser aprendidos por los hablantes.

Hace más de cincuenta años, con el propósito de allanar el camino para definir el lenguaje como "un método exclusivamente humano, y no instintivo, de comunicar ideas, emociones y deseos por medio de un sistema de símbolos producidos de manera deliberada", Sapir sostuvo que es del todo imposible demostrar que el aparato formal del lenguaje se derive de una fuente onomatopéyica. Tal afirmación de Sapir ahora

parece haberse convertido en doctrina; sin embargo, él mismo observó que "de muchas palabras que ahora no nos parecen onomatopéyicas, se puede demostrar, es cierto, que en otro tiempo han tenido una forma fonética en que se ve que fueron originalmente imitaciones de sonidos naturales..." y también concedía que si algo proviene de la onomatopeya será una parte ínfima de los elementos lingüísticos. Desde el plano **sincrónico** de la semántica, en las lenguas conocidas, las palabras son convencionales y arbitrarias. No obstante, hay algunos hechos muy significativos cuya elucidación puede abrir nuevos derroteros. El propio Saussure notó en el indoeuropeo la existencia de una familia de adjetivos dotados de una vocal a en la sílaba inicial que denotaban defectos físicos. Yakov Malkiel ha confeccionado una larga lista de adjetivos bisilábicos del castellano, de esquema -ó-o, que se agrupan en un campo semántico muy característico: **bobo, tonto, loco, ñoño**, etc. Como manifiesta Jakobson, se ha observado también que en muchas lenguas la vocal i se utiliza para lo pequeño, lo agudo y lo femenino, observación que coincide con los experimentos hechos por Wissemann y que consistían en producir un determinado ruido y hacer que las personas le atribuyesen una palabra inventada: la vocal i aparecía

en los sonidos agudos y la vocal o en los graves. Si se derribaba un castillo de cubos de madera con ruido repentino y brusco, los sujetos preferían palabras que comenzasen por las oclusivas sordas (p, t, k). También resulta interesante advertir que el carácter arbitrario de la relación entre sonido y significación es más notable en un medio de comunicación de tipo visual.

Desde la perspectiva **diacrónica**, es decir, evolutiva del lenguaje, la cuestión se explica de manera diferente. En términos muy generales, el proceso de desarrollo del lenguaje puede dividirse en dos etapas que corresponden, la primera, al período del lenguaje inarticulado; la segunda, a la aparición y desarrollo del lenguaje articulado. El lenguaje inarticulado no se inició con la **palabra**; ésta apareció posteriormente como resultado de cientos de miles, quizá millones de años de desarrollo de la sociedad humana. Al principio, los homínidos debieron expresar ciertos **complejos** de pensamiento y emociones a través de ciertos complejos de ademanes, gestos y sonidos. El aspecto más importante del sonido, como señal, radica más que en la calidad del sonido mismo en su intensidad, en su ritmo, en su entonación y en las sensaciones que lo acompañan. El ademán precisó la dirección del sonido y lo relacionó a determinado

objeto o circunstancia. Así, el sonido que expresaba una emoción se transformó en signo convencional de una cosa aunque no llegara, ni mucho menos, a constituir una palabra.

En cuanto a los ademanes, aunque no somos partidarios de las referencias directas con los monos antropomorfos actuales, por todo lo que puede implicar las divergencias evolutivas, es muy posible, sin embargo, que los gestos, ademanes y señales de carácter fónico de los primeros homínidos hayan sido similares a las de los antropoides conocidos y, en este sentido, Köhler, Spirkim, Bouknak y muchos otros investigadores establecen claramente ademanes indicadores, de amenaza, de bienquerencia o consentimiento, de rechazo, de petición, etc., que constituyen mecanismos relativamente complejos de interacción, base natural de la que surgió el lenguaje humano. El lenguaje inarticulado, según Spirkim, carecía de un sistema de unidades o elementos fónicos netamente diferenciados y contrapuestos entre sí; en vez de sonidos aislados, obtenidos de unidades significativas en calidad de fonemas, como en el lenguaje actual, en el lenguaje inarticulado se contraponían grupos íntegros de sonidos de significación hasta cierto punto independiente. En el proceso de hominización, los rebaños de homínidos se

transformaron en grupos sociales cada vez más organizados y adaptados. Los hombres primitivos pasaron de utilizar los objetos naturales en calidad de instrumentos a su preparación artificial. Arqueológicamente, los primeros instrumentos fabricados señalan la aparición del hombre.

Los utensilios fabricados por el hombre y las técnicas del trabajo de la piedra son índices del desarrollo de las formas superiores del pensamiento. La fabricación de útiles supone la idea de la transmisión de la técnica de un individuo a otro, la aparición de nuevos centros corticales en el cerebro y de nuevas conexiones senso-motrices. En realidad, todos los inventos descubiertos y la fabricación de artefactos empieza no con la manipulación de la materia sino con la combinación mental de los símbolos.

Utilizando los datos arqueológicos y los hechos establecidos por la lingüística, V. Bouknak ha determinado una correspondencia entre los estudios del lenguaje y el desarrollo de la técnica y del pensamiento. Los instrumentos más primitivos que se conoce son los guijarros y tajadores llamados **pebble tools**, hallados en asociación con los australopitécidos, cuya fabricación no exigía más de tres o cuatro golpes con sólo la operación de percutir. El hallazgo de esta asociación directa fue realizado por el célebre an-

tropólogo Louis Leakey en la Cañada de Olduvay (Tanzania, África Oriental) y se refiere específicamente al **Zinjantoro — pus boisei**, cuya antigüedad ha sido determinada en 1'750,000 años; no obstante, pocas dudas caben de que los primeros fabricantes de utensilios se extendieron por las praderas y sabanas de todo el continente africano en un tiempo relativamente corto, como lo sugieren otros hallazgos. Es evidente que la intencionalidad de la acción y del pensamiento era muy limitada, puesto que los instrumentos no tenían todavía una forma fija y su técnica debió desarrollarse mediante conceptos primarios expresados con gritos-llamadas que, se puede pensar, fueron emitidos con vocales nasalizadas o, quizá, mediante ruidos medio-linguales.

Para fabricar un utensilio **chelense** y, en general cualquier hacha de mano o **coup-de-poing** (instrumentos de núcleo descantillados superficialmente y que representan el primer utensilio formal), se requiere de veinticinco golpes bien dirigidos. Las piedras talladas de estas primeras épocas del Paleolítico tienen ya formas fijas; debe, entonces suponerse la preexistencia del concepto de esas formas. Por otra parte, es bastante notorio el hecho de que la circunvolución frontal inferior del cerebro de los pitecántropos, donde tiene su asiento el centro

del lenguaje, es mucho más desarrollada que la de los monos y de los australopitécidos, por lo cual existen razones bien fundadas para suponer que el pitecántropo, en cierta medida, estaba ya en condiciones de hablar. Según Bouknak, el ciclo evolutivo del aparato fonador que se observa en las formas tardías del australopiteco se cierra —en lo fundamental— en los sinántropos tardíos, a medida que van pasando definitivamente a la marcha erecta. Se acentuó la movilidad de la lengua y de ciertas partes de la laringe; todo lo cual es una prueba de que los órganos de la voz funcionaban con mayor intensidad que la de sus predecesores y pronunciaban mayor cantidad de sonidos, probablemente palabras-proposiciones polisemánticas, todavía sin ligazón entre ellas, las que debieron tener como particularidades fonéticas un incremento de las articulaciones en la sección media de la cavidad bucal, acrecentándose igualmente el papel de las articulaciones prelinguales y vibrantes.

Philip Liebermann, especialista en fisiología de la palabra, manifiesta que la codificación y decodificación de las sílabas son aspectos esenciales del lenguaje humano y para comprender la evolución de éste resulta fundamental estudiar las relaciones existentes entre la morfología del canal supralaríngeo y los sonidos que

facilitan particularmente la percepción de la palabra. Utilizando los criterios básicos de la evolución propuesta por el propio Darwin, ha reconstruido la anatomía del órgano vocal de los homínidos, encontrando que los fósiles más antiguos, como los australopitecos, estaban desprovistos de un canal vocal tipo humano, pese a que poseían ya una cultura primitiva. El hombre de Neanderthal tenía, en cambio, una cultura relativamente compleja y un canal vocal supralaríngeo muy semejante al del hombre actual (*Homo sapiens*) recién nacido. Según sus investigaciones, a través de modelos de variadas formas de canales vocales introducidos en una computadora, empleando el pincel luminoso y el sistema de entrada del osciloscopio, encontró que los límites fonéticos del Hombre de Neanderthal no le permitieron pronunciar ciertas vocales como la *i*, *u* y *a*, como tampoco las consonantes *q* y *k*; en cambio, podía pronunciar las bilabiales como la *b*, *d* y *t*, lo mismo que la sibilante *s* y la *z* interdental fricativa sorda. Además de señalar tan interesantes características del lenguaje de los neanderthales, esto nos estaría indicando ya una significativa separación en las líneas evolutivas de los homínidos, puesto que según este investigador, el hombre de Rhodesia (Broken Hill), algo más antiguo que el Neanderthal,

pese a que tenía una cavidad faríngea más pequeña que la del hombre actual, habría podido producir señales acústicas relacionadas con las vocales *a*, *i*, *u*. Señala también que los neanderthales poseían un lenguaje diferente, que recurría tal vez más a los gestos, pero que era suficiente para transmitir una cultura bastante compleja.

En el desarrollo de las industrias líticas subsiguientes aumenta el número de operaciones, como la percusión indirecta, la presión, la combinación de ambas y un mayor número de golpes, con los que se producen varios tipos de instrumentos con diferentes funciones, tales como lascas retocadas, puntas de proyectil, cuchillos, raederas, perforadores, etc. No es posible aquí hacer referencias a la significación que cada operación y cada variante de la técnica implican en las formas de pensamiento y de lenguaje, pero es lógico suponer que los conceptos se fueron haciendo cada vez más numerosos y diferenciados, a los que debieron corresponder palabras también cada vez más numerosas y diferenciadas, con mayor precisión en las articulaciones, según el lugar de formación y los medios de pronunciación.

De todo ello puede inferirse, con alto grado de posibilidad, que el lenguaje articulado empieza a surgir con las primeras industrias

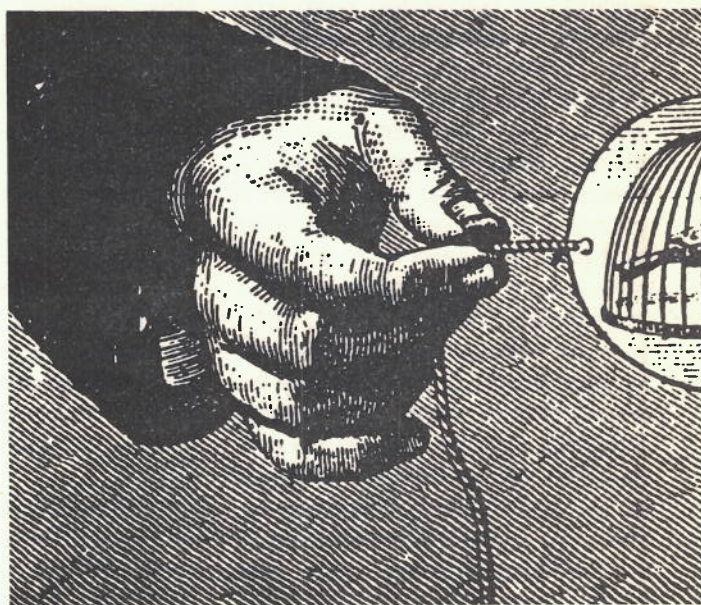
del Paleolítico Superior y en las últimas etapas de este período —culturas solutrense, magdaleniense y aziliense— se hizo definitivamente articulado.

Fue así como la **capacidad de simbolización**, es decir, la facultad de abstraer que permitió la aparición del lenguaje y del pensamiento conceptual, es el resultado de un largo proceso evolutivo en donde intervinieron muchos factores diferentes, tales como la adquisición de la posición erecta, la estructura de las manos, la elevadísima plasticidad del sistema nervioso, el desarrollo del cerebro, los hábitos de los primates superiores y otros, pero, sobre todo, la condición social y el trabajo cooperativo. Todos estos factores, finalmente, han permitido al hombre tener conciencia del mundo que le rodea y de su condición de ser social, comprender las leyes de la naturaleza, transformarla con la acción productiva, indagar por sus orígenes y preocuparse por el destino de su especie.

Tal vez el lector se sienta sorprendido ante el hecho de haber llegado poco a poco a consideraciones tan generales a partir del análisis de los trucos y de los signos de puntuación, es decir, a partir de fenómenos particulares que no ocupan más que una pequeña porción del tejido textual del filme. Sin embargo, estos casos particulares solamente son particulares en la medida en que ponen en evidencia dos hechos que no tienen nada de particular y que marcan al cine en su conjunto: el rol de la maquinación declarada en la institución cinematográfica y el rol de la denegación de percepción en la economía espectral.

Es importante advertir, en efecto, que el cine en su totalidad es, en cierto sentido, un enorme truco, y que la posición de los trucos en relación con el conjunto del texto del cine es muy diferente al de la fotografía, por ejemplo: diferencia que procede en último análisis del hecho de que el cine está constituido a base de **muchas** fotografías, en virtud de las cuales los "planos" desfilan en el filme y los fotogramas desfilan en el plano. Resulta chocante trucar una fotografía (que es única y además fija), pues la representación que ofrece de su objeto se considera rigurosamente analógica y de esta condición extrae su régimen específico de funcionamiento social. Es claro que lo que falta a la fotografía son los exponentes sintácticos en su mayor parte, numerosos, en cambio, en el cine. Ciertamente que la incidencia angular, la distancia de la toma, la iluminación, etc., constituyen una interpretación subjetiva del objeto fotografiado, y la sociedad admite que hubieran sido posibles otros "tratamientos" del mismo objeto. Pero tal interpretación, como muy bien lo ha indicado Roland Barthes, se acepta culturalmente como connotación y no es referida nunca a la denotación, es decir, al objeto representado, equivalente de la diégesis en el caso de la fotografía fija. Todo indica que las reglas del juego invitan al espectador de una fotografía a ope-

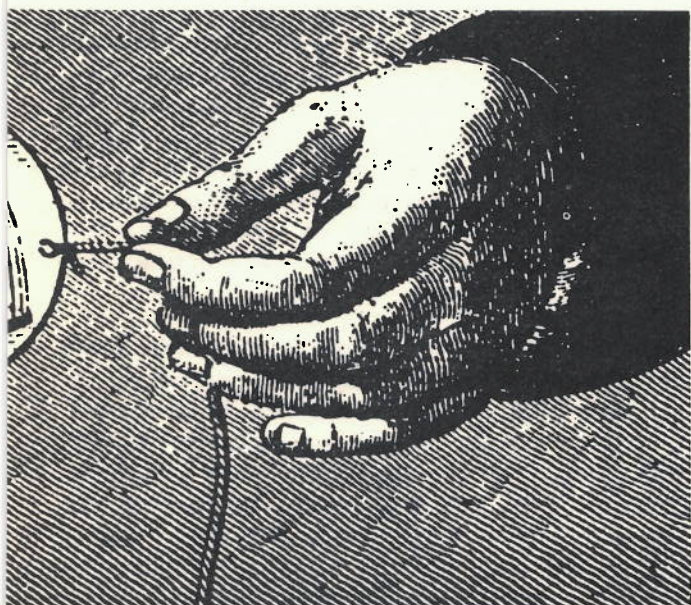
DE LOS TRUCOS A CINE COMO



OS DEL CINE

O TRUCO*

CHRISTIAN METZ



rar una severa división perceptiva entre las intenciones del fotógrafo (identificables siempre más o menos como tales y, por tanto, sin posible confusión con los trucos) y la representación fotográfica misma, estrictamente fiel en principio, puesto que ha sido obtenida, por decirlo así, de un solo golpe. El espectador logra, en cierta forma, "encontrar", **bajo** el coeficiente de enunciación sobre el que opera la sustracción mental, esa "fotografía (incluso utópica) bruta, frontal y nítida" de la que habla Roland Barthes. El sentir común impone que la denotación no sea **construida** y que todo lo construido se atribuya a la connotación. Por esta razón resulta difícil (no técnicamente, sino psicológicamente, deontológicamente) trucar una fotografía: el fotógrafo solamente puede escoger entre una toma de vista "normal" —la cual, por más manipulada que esté, nunca estará trucada, ya que lo denotado ideal encontrará el medio de atravesar indemne todos los efectos que, simplemente, la embellecen— y, si es que desea verdaderamente camuflar su mundo, la mentira disfrazada, la práctica fraudulenta, como la que opera en los "montajes" fotográficos, hábiles combinaciones de vistas diferentes, de las que se sirven ciertos políticos para desacreditar al adversario, captado por el "objetivo" en una situación comprometedor. El truco fotográfico tiene que ser una **falsa** desvergüenza o no darse en absoluto. Hace falta intervenir groseramente en el interior mismo de la acción fotografiada, ya que se considera que la fotografía nos remite **en bloque** a un espectáculo real, reproducido por ella en forma indivisa, sin dejar lugar al trucaje fino, al semi-trucaje.

El cine deja, por el contrario, numerosos intersticios y los siembra a cada paso de su marcha. Cada paso de "plano" a "plano", por ejemplo —o de fotograma a fotograma—, ofrece la ocasión de deslizarse entre el empedrado compacto aunque disyunto de los códigos analógicos, las sutilezas de

un trucaje permanente, que es aquí habitual y que no necesita llegar a la mentira para ser eficaz, ya que puede permitirse el lujo de jugar con la multiplicidad de fotografías y con sus ajustes mutuos, cuya existencia es por lo demás declarada y **moral**: la denotación no es indivisa, se presenta a sí misma como construida (y ésta es una de las grandes diferencias semiológicas entre la fotografía y el cine); ninguna fosa se interpone entre lo denotado y lo connotado: de este modo se pasa suavemente y sin discontinuidad de la simple intención discursiva (que sin embargo el espectador atribuirá parcialmente a la diégesis) a un inicio de trucaje con el que este mismo espectador sólo será parcialmente engañado.

El montaje mismo, que se encuentra en la base de todo el cine, es ya un truco perpetuo, sin que por eso sea falso en los casos ordinarios. Si diversas imágenes sucesivas representan un lugar bajo ángulos diferentes, el espectador, víctima del "trucaje", percibirá espontáneamente este lugar como algo unitario, puesto que es su percepción la que ha reconstruido dicha unidad. El trucaje reposa aquí sobre una **proyección**, la cual constituye otro aspecto de la construcción analógica, de la construcción de lo representado: construcción en el filme y construcción igualmente en el espíritu del espectador. Pero, al mismo tiempo, el espectador no ignorará que ha visto diversas fotografías: en este sentido, no habrá sido engañado. Actualmente estamos tan acostumbrados al montaje que a nadie se le ocurriría considerar como truco (o como efectos "especiales") una manipulación tan corriente y general. Y sin embargo, el montaje —que constituye el truco-tipo en fotografía, hecho bastante significativo— era mencionado en 1912, en un libro de Ducom sobre la técnica del cine, como el más elemental de los trucos. En el cine, pues, los mismos elementos pueden convertirse, según la manera de especificarse, en marcas sintácticas comunes o en trucos totalmente deli-



berados y hasta insólitos. Es así como se explica que los trucos imperceptibles sean los únicos trucos puros, y solamente con ellos se puede asegurar que el espectador ha sido plenamente engañado, ya que no ha advertido la maniobra en ningún momento. Desde que nos acercamos al vasto dominio de las intervenciones perceptibles, trucaje y lenguaje no son más que dos polos situados en los extremos de un eje común y continuo, distintos uno de otro por su centro de gravedad pero no por sus fronteras.

La diferencia que acabamos de establecer entre cine y fotografía es curiosamente paradójica. Da la impresión que, desde otro punto de vista, nuestra cultura otorga al cine un **valor de realidad** muy superior al que le atribuye a la fotografía: ¿acaso el cine, que dispone del movimiento, del desarrollo temporal (sin hablar del sonido y de la palabra) no "reproduce la vida" de manera mucho más completa —mucho más "viviente" como



se dice y no por casualidad —que la fotografía? Sin embargo, es preciso tomar en cuenta que el funcionamiento social de estos dos lenguajes no depende sólo de sus relaciones supuestas con la "realidad", sino también, y fundamentalmente, de su posición respectiva en la tradición histórica de las artes de representación (epopeya, novela clásica, pintura figurativa, teatro de intriga, etc.). El cine —precisamente porque abunda en índices de realidad que se ponen al servicio de la ficción— se ha insertado sin esfuerzo en dicha tradición. La fotografía, en cambio, demasiado desarmada, excesivamente "pobre", ha sido relegada durante largo tiempo y se ha limitado a servir en funciones consideradas como "no artísticas": fotografía de identidad, fotografías de familia, ilustraciones de libros técnicos de todo tipo, fotos de archivo, etc. La imagen social de la fotografía arrastra aún este peso, del que el cine se ha liberado. Mientras que la fotografía no dispone de un poder de realidad suficientemente prestigioso para

que se le asigne la noble tarea de servir al imaginario ficcional, se le otorga, en compensación (y siempre en forma mítica), en un movimiento en el que puede leerse un deseo de indemnización, una especie de **integridad** primitiva (sin eclosionar aún) por lo que hace al respeto literal de esa misma realidad: es esta reputación de cosa intratable la que convierte al trucador en falsario. El cine, por el contrario, goza de una especie de indulgencia en el espíritu del público, que se parece a la que el misógino asigna a las mujeres y que se otorga en forma general a todos aquellos de los que no esperamos una completa honestidad y que pueden jugar con cierto grado de doblez sin caer en la infamia. Encontramos aquí, de nuevo, la maquinación declarada de la que hemos hablado anteriormente. Al convertirse el cine en arte de la representación, la cultura ha legitimado, como lo había hecho antes con la novela y la pintura, sus juegos entre la ficción de la realidad y la realidad de la ficción: por este camino ha llegado a gozar de las "facilidades" sociales que son propias de los herederos, de las que no dispone la fotografía.

Pero no es esto todo. Las tecnologías tienen un gran peso en este asunto. La técnica del cine y la de la fotografía son muy próximas, ciertamente, ya que la fotografía forma parte del cine; por otra parte, ambas producen códigos analógicos con los que se construye la semejanza y, en consecuencia, ambas producen la impresión de nocodificación. Lo que las diferencia es el grado de complejidad solamente. Sin embargo, esto tiene mucha importancia. La codificación fotográfica es relativamente simple y compacta: surge de una mecánica robusta que es difícil de matizar y que sólo se puede falsificar con una intervención bastante brutal para que se manifieste una ruptura de las normas aceptadas. La mecánica del cine, aunque es igualmente de tipo analógico, comporta un número mucho mayor de procedimientos de codificación, relacionados entre sí por una com-

pleja red de conexiones: cada fotograma es una fotografía, pero esta fotografía sucede a la anterior dejando una franja "negra" entre las dos, cuya duración depende de la voluntad (y que ha variado desde el silente al sonoro); los fotogramas son agrupados en paquetes (los "planos"), cuya concatenación depende igualmente de una decisión del momento (corte seco, efecto óptico, etc.): mecánica de alta precisión que aumenta el poder de semejanza pero que aumenta también al mismo tiempo la vulnerabilidad a pequeños desarreglos, los cuales no son sino el anverso de las numerosas reglas necesarias para su constitución. Sería necesario desarrollar esto un poco más. Sin embargo, me limitaré a tomar, como prueba, una característica notable de los trucos cinematográficos y que consiste en que ningún truco truca **por completo** lo que truca. La imagen congelada, que altera el movimiento normal de las imágenes, deja íntegra la fotograficidad de la imagen. El **flou**, que desajusta la acomodación visual, no modifica la posición de los objetos en el espacio. La reversión de la cinta respeta en el orden temporal alterado una especie de principio de especularidad. Las tapas y contra-tapas (con las que se obtiene la duplicación del mismo personaje en un mismo encuadre) dejan subsistir zonas fotográficas no trucadas. El **ralenti** (cámara lenta) que truca la velocidad de cadencia de las imágenes, no altera ni la forma ni la dirección del movimiento, etc.

Tocamos aquí un problema que ha sido muy debatido estos últimos años y al que Jean Patrick Lebel acaba de dedicar un libro con argumentaciones muy agudas y algunos de cuyos desarrollos me parecen sólidos y convincentes.² No obstante, estoy en desacuerdo con una de las tesis centrales de la obra: creo que **lo técnico** no ocupa un espacio cerrado separado de la historia. Es cierto que lo técnico, por el hecho de funcionar, prueba la verdad científica (no ideológica) de los principios que lo sustentan. Pero el **cómo** de su funciona-



miento (las reglas de la máquina), que no puede confundirse con el **porqué**, no está en absoluto bajo el control de la ciencia y compromete opciones de orden socio-cultural. Lejos de descartar la cultura, ciertas tecnologías —por el juego de sus



características técnicas, como he tratado de mostrar— se prestan a intervenciones cuyas determinaciones históricas no ofrecen ninguna duda. No es necesario siquiera ser marxista para convencerse de ello con sólo mirar alrededor.

CONCLUSION: EL CINE ¿EN QUE HISTORIA SE UBICA?

En el horizonte de todos estos problemas, nos vemos obligados a preguntar sobre la naturaleza exacta de las relaciones, a la vez reales y mal conocidas, que la institución cinematográfica —y no sólo el **cine comercial**— mantiene con la ideología en general. ¿En qué medida esta institución se interesa por atraer a los clientes, por obtener ganancias, y en consecuencia, en qué medida está sometida al régimen económico (o a sus supervivencias en otros regímenes)? ¿En qué medida se encuentra ligada a la emergencia de las artes de representación y a la simple existencia de la diégesis, hechos históricos ambos y no obstante desfasados en relación con la cronología de los sistemas económicos? ¿En qué medida, en fin, el cine en su totalidad no es más que una de las invenciones por las que el hombre trata de responder a los objetivos obstinados que le propone su narcisismo, investido en las formas lúdicas que de una **esthesis** perceptiva susceptible, no obstante, de ser también ella captada en la temporalidad de una historia, pero que en ese caso sería una **tercera historia**?

Notas

1. Roland Barthes. "Retórica de la imagen". En **Comunicaciones**, 4, 1964, págs. 40-51.
2. Jean Patrick Lebel. **Cine e ideología**. París 1971. Ed. Sociales. Ed. Sociales. París 1971.

* Texto de una conferencia que el autor dictó en la Universidad de Lima, noviembre de 1978. Invitado por el Programa Académico de Ciencias de la Comunicación, Metz desarrolló un Curso de Semiología del Cine.



EL MUNDO CULTURAL ANDINO Y SU PRESENCIA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACION

PEDRO ARNOLD GUILIKERS
WALTER NEYRA BRONTIS

Hemos querido hacernos presentes en este Primer Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social con un trabajo teórico que contribuya, como han contribuido las ponencias aquí presentadas, a entender los fenómenos y procesos de la Comunicación que enfrentan todos y cada uno de nuestros países, no como islas que encuentran su explicación en sí mismos sino en la medida que son interpretados dentro del contexto de las relaciones totales que dan cuenta de nuestra común realidad.

Por ello mismo hemos querido detenernos especialmente en la imagen de lo peruano que está presente en el comportamiento de los medios masivos, insistiendo particularmente en el universo cultural andino, no sólo por la tremenda significación histórica que el tema posee, sino además por considerar que dicho contexto rodea de diferentes maneras al conjunto de la población peruana.

Es necesario decir que este tema ha sido trabajado muy escasamente por los comunicadores e investigadores sociales de nuestro país, de ahí que entendamos este trabajo como un primer intento de interpretación que ciertamente no parte de lo absolutamente desconocido, sino que más bien se nutre de aportes invalorable que se hallan ya presentes en la sociedad peruana: tal es el caso de los trabajos de interpretación de la realidad peruana señalados hace tiempo ya por José Carlos Mariátegui, los mismos que tienen que ser entendidos como valiosos puntos de partida para desarrollar nuevos esfuerzos por precisar la situación concreta del mundo cultural andino.

En esta perspectiva, encontramos a José María Arguedas en la literatura peruana, quien llega a precisar como ningún otro, el comportamiento y problemática del hombre peruano actual.

En esta ocasión deseamos iniciar nuestra exposición señalando, en primer lugar, algunos aspectos que marcan la idiosincrasia tradicional andina y, a partir de allí, señalar también las formas de comunicación tradicional presentes en dicho universo.

Por otro lado, de manera introductoria nos remitimos al mismo tiempo a señalar las características o comportamiento general de los medios masivos en el Perú.

En un segundo momento desarrollaremos una serie de aspectos presentes en la problemática de integración y "chollificación" a través de los medios masivos.

Aquí, un primer indicador lo encontramos en la música popular.

Un segundo indicador está presente en la publicidad y finalmente un tercer indicador referido a programas de entretenimiento, en los cuales descubriremos el humor y teatro en el mundo andino así como, en oposición, el humor presente en los programas cómicos y telenovelas.

Finalmente, señalaremos algunas conclusiones que se derivan de la sustentación anterior.

En esta discusión de la relación conflictiva entre Cultura Quechua y Cultura urbana Capitalista, que llamamos proceso de "integración" o más típicamente de "chollificación", es necesario ubicar con precisión a los protagonistas del drama tanto en su enfrentamiento como en su propia esencia cultural, marcada a la vez por elementos propios, verídicos y por rasgos fuertemente alienados. Trabajaremos aquí fundamentalmente el mundo andino, tratando el universo criollo sólo en referencia con el quechua en su transformación.

Comenzaremos por un esbozo de lo que podemos llamar una **idiosincrasia andina**, tratando de discernir en el comportamiento actual del hombre quechua, los elementos propios y los que fomentan su relación con el "otro".

El elemento centra de esta idiosincrasia es sin lugar a dudas, el sincretismo y la visión cósmica del universo. Para el hombre andino, tanto el espacio-tiempo como su propia conciencia, forman una totalidad cíclica en la cual cada elemento es solidario de los demás. Su visión del mundo es eminentemente **materialista** y **funcional**. Materialista porque todo está relacionado y condicionado por la tierra madre, la **Mama Pacha**. Funcional, porque cada elemento del reloj cósmico nunca cobra sentido en sí, sino en la medida en que cumple cabalmente con una función precisa. En este rol de funciones, el espacio-tiempo no se ubica dentro de una visión lineal y parcelada, como es el caso del mundo capitalista caracterizado por la división y especialización.

El pasado no es una etapa concluida; es la dimensión de sabiduría, de experiencia contenida en las cosas. El futuro no es la añoranza ni la evasión; es la perspectiva de continuidad y permanencia de las cosas. El presente, por fin, representa el compromiso y la responsabilidad con el universo. Cada una de estas funciones temporales está relacionada con elementos materiales concretos. El pasado vincula funcionalmente la muerte con una forma de presencia dinámica a la vida material. La muerte no es una ruptura, sino una transformación dentro de lo permanente de la materia. El futuro es muy sencillamente los hijos y el presente es el trabajo. Con estos elementos se cierra el ciclo repetitivo y permanente de un cosmos perfectamente coherente y eterno.

* Texto de la ponencia que los autores leyeron en el curso del Primer Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, realizado en Lima, en marzo de 1979.

Del mismo modo, el espacio se caracteriza por funciones cualitativamente diferenciadas, pero ubicadas todas en una visión única del universo. Lo Alto y lo Bajo es la diferenciación fundamental de sentido del espacio quechua: lo positivo y lo negativo.

Pero esta significación espacial no es gratuita. Se encuentra íntimamente ligada con el mundo agrícola y la relativa adecuación de una u otra altura para tal o cual cultura.

La visión espacial es también dinámica; en esta perspectiva cobra sentido la relación de la piedra (solidez, fuerza, muerte) con la tierra (fecundidad) y el agua (vida).

El trabajo de estos elementos tampoco es gratuito. Es el hombre que abre el surco (función masculina de fecundar), es la mujer la que riega (función femenina de dar vida).

En la ideología andina, esta gran unidad espacio-temporal, adquiere su coherencia precisamente por la intervención del hombre. El hombre es el que da el sentido último al universo. De ahí que hablemos de una cultura Antropocéntrica. El Universo adquiere su dinamismo y a la vez su permanencia por la intervención del hombre en el trabajo agrícola. Pero este antropocentrismo quechua no es el individualismo promovido por el capitalismo. El hombre andino se define por la solidaridad y su dimensión comunitaria. No se trata de atributos del hombre; más bien se trata de su definición, de su esencia misma como solidaria y comunitaria, tanto con los demás, como con la naturaleza, la **mama pacha**. Regar, arar, construir andenes, sembrar, es hacer vivas y dinámicas las relaciones espacio-temporales de la ideología campesina.

En resumen, podemos hablar de una cultura materialista, optimista, antropocéntrica y comunitaria.

Ahora, esta visión un tanto ideal del mundo quechua, se traduce prácticamente en el campo político, social, sentimental y religioso, dejando aparecer entonces una serie de contradicciones importantes, fruto de la alienación.

En efecto, el encuentro conflictivo y desigual, es decir, dentro de una perspectiva de dominación por el blanco desde hace ya más de cuatro siglos, ha marcado profundamente las actitudes y la ideología campesina.

Escogimos tres ejemplos que nos parecen más significativos.

El primer tema que estudiamos es el del **amor serrano** cuya equivalencia popular es "más te quiero, más te pego". Nos parece particularmente importante analizar, por una parte, en qué consiste la relación sentimental en el mundo andino y cómo la situación de dominación va marcando esta relación con una serie de rasgos alienados pues, como

lo veremos más tarde, el tema de las relaciones sentimentales es, por supuesto, el más explotado por los medios masivos de comunicación.

Dentro del contexto esbozado rápidamente en el párrafo anterior, el amor andino no es condición de compromiso, sino consecuencia de compromiso. El hombre, junto con la comunidad, se busca una pareja que responda a sus necesidades concretas, es decir, que lo secunde y lo apoye en las diversas tareas agrícolas comunales, familiares y educativas. Es el sentido profundo del famoso matrimonio a prueba o **servinakuy**. Recién cuando la pareja ha probado su capacidad es que aparece el sentido amoroso y entonces la confirmación de la elección. Este criterio, con algunas variaciones, vale también para la mujer. Pero si esta relación ya no encuentra su causa en la prueba del trabajo en el caso de peones sin tierra, ya totalmente empobrecidos, este amor se convierte en frustración cuyo desfogue puede traducirse en ciertas formas de machismo. Pero estas expresiones de machismo del hombre y hasta de la mujer campesina no nos parecen propios de la cultura quechua, sino consecuencia de la separación del hombre de la fuente principal de sentido: la tierra.

Otro campo en donde se va a dar con particular énfasis el conflicto cultural es la religión. Vimos cómo el hombre andino es fundamentalmente materialista y en cierto modo ateo, en el sentido de que lo divino no es sino la energía de la solidaridad que mantiene el universo material en vida.

La introducción del catolicismo español con su llamado místico-utópico a una salvación ajena a la materia y paralelamente con la carga de culpabilidad en una cultura optimista, sin más allá pero sin noción de culpa, ha provocado en la ideología india una serie de desviaciones graves. No hay que olvidar que la religión de la culpa y del más allá, no hizo sino acompañar al despojo de la tierra de los campesinos. Sólo en esta relación es que se puede captar la alienación religiosa del mundo campesino. El despojo en cuestión, consecuencia de la derrota del Imperio Incaico, provoca una fuerte tendencia a la resignación favorecida por el catolicismo colonial. Además, la proyección hacia un más allá se traduce, en el indio, en la conocida nostalgia pasiva tan trabajada en la música popular. Por fin, la carga culpabilista de la religión española se traduce en el sentimiento de desgracia de ser indio. La culpa no es consecuencia de actos malos sino de fatalidad, la culpa la tiene por ser indio. Esta terrible desviación se hace posible por la pérdida de la fuente de sentido, la tierra.

Ahora, estos mecanismos alienados tienen a su vez fuertes

mecanismos de recuperación, sacados de la más pura herencia andina. Frente a la resignación y la culpa, el campesino desarrolla una poderosa defensa que es el odio y la cólera que, no en pocas ocasiones, se tradujeron por un retomar posición de su sentido perdido, la tierra y por el rechazo violento al cura y al gamonal. La historia andina está llena de estos ejemplos de invasiones campesinas. Aquí otra vez la tenencia de la tierra es la que permite recuperar el sentido profundo de la esperanza campesina.

En fin, un tercer tema de suma importancia es el referido a la propiedad. Puesto que la tenencia de la tierra es el único polo de sentido para la totalidad de la existencia, el problema de la propiedad se vuelve casi mítico. Toda la vida sociopolíticocultural de la comunidad se articula con el trabajo agrícola, las obras de infraestructura que requiere y de los conflictos que suscita. Pero dentro de la visión tradicional, la propiedad es una noción comunitaria.

Hasta hace poco, el reparto anual de tierras se hacía en función de las necesidades de cada familia y, además de las tierras de uso personal, cada campesino estaba y está todavía hoy muy comprometido en tareas comunitarias llamadas faenas. Primero con la Iglesia, que necesitaba delimitar y dividir por parroquias, diócesis, etc., y luego con el estado capitalista, con su división en departamentos, provincias y distritos, se empezó a transformar fuertemente el sentido de la tenencia de la tierra. El ingreso cada vez mayor del mundo campesino al mercado capitalista y la consecuente incrementación del uso del dinero acabó definitivamente con el antiguo concepto de propiedad comunal. Y aquí el capitalismo apunta al meollo de la ideología quechua tocando lo más sagrado: la tierra.

La comunicación tradicional en el mundo andino

Por supuesto que encontraremos un sinnúmero de relaciones entre el marco antropológico general que acabamos de esbozar y el mundo comunicativo tradicional quechua. Este mundo es tan amplio y tan rico que vamos a tener que escoger sólo algunos indicadores más significativos de análisis, dejando para un estudio más profundo otros puntos específicos.

Partiendo del sincretismo cultural del mundo andino, resulta artificial distinguir niveles de comunicación social pues todas las formas de comunicación tradicional tienen otra vez un solo y único denominador común: la tierra.

Sin embargo, para mayor claridad, trabajaremos aquí separadamente tres áreas fundamentales:

1. El mundo político comunal y su mística.
2. Las fiestas y la religiosidad; y
3. El Folklore y el Arte Popular.

La comunidad campesina es una democracia directa en la cual todos los comuneros pasan por todos los cargos, turnándose anualmente. No existen elecciones sino un sistema de designación tácito, puesto que no interviene aquí el criterio de capacidad y sólo se tiene en cuenta el criterio de servicios. Dentro de tal sistema, los abusos de poder son imposibles, puesto que la última palabra de decisión la tiene siempre la Asamblea Campesina, controlando y fiscalizando desde el presidente hasta el último chasqui. La estructura de gobierno refleja una vez más el sincretismo y el materialismo telúrico del quechua. Encontramos, en efecto, indistintamente mezclados cargos religiosos (mayordomos), folklóricos (bailarines), económicos administrativos (regidores) y de orden (alguaciles, jueces). La jerarquía de los cargos se establece por edades, ubicándose aquí el significado funcional del tiempo. Después de los cargos directivos de presidencia, la "carrera" política del comunero, se concluye por un cargo religioso de honor que en general es el mayordomato de la fiesta comunal de mayor prestigio.

Antiguamente la entrega de cargos se hacía el día del Inti Raymi. La cristianización del año andino ha traspuesto esta ceremonia al primero de enero. Pero queda en claro que la entrega de mando corresponde a un momento significativo de la labor agrícola. Los cargos políticos más significativos están acompañados de ritos y diálogos sumamente ricos de sentido y cuyo símbolo es la entrega del *varayoc* o *cetro* de poder. Sería demasiado largo relatar aquí estos rituales. Pero en cada uno de ellos se destaca la responsabilidad comunal como un acto de fe y de honor. El mundo de la celebración religiosa (más específicamente, las fiestas religiosas) tiene también una relación íntima con lo político y lo agrícola.

En general, la figura del Santo se identifica con la comunidad misma y la tradicional procesión andina no sería sino la larga y pesada marcha de un pueblo en lucha. La organización de la Fiesta religiosa es copia idéntica de la organización comunal. Las jerarquías y los roles se equiparan. Este esquema se repite para cualquier tipo de acontecimiento religioso, muerte, matrimonio, bautizo que, aún teniendo impacto comunitario en la fiesta patronal, sin embargo son siempre réplicas de la misma. Y aquí otra vez volvemos a la visión cíclica del universo.

Un detalle importante: la separación que hay que hacer entre expresión religiosa dominante y expresión religiosa. Toda fiesta religiosa empieza por la misa, típica expresión blanca. El cura, generalmente llamado de afuera y pagado, viene a cumplir el rito dominante que se encuentra en ge-



neral totalmente marginado del conjunto de la fiesta. La verdadera celebración campesina empieza cuando la imagen del santo, cubierto de atributos quechuas y populares (el choclo, el pan, la plata) empieza a caminar encabezando su pueblo y su esperanza. Allí entonces, cuando desaparece el cura, aparecen mezclados folklore y tradición. Se baila para (y junto con) la imagen, los músicos incitan poco a poco a embriagarse, descubriéndose así la silenciosa frustración campesina en un eufórico y efusivo diálogo con la misma imagen. La marcha recorre campos y corrales para inspeccionar y alabar a la madre tierra. De este rico mundo de la fiesta, queremos rescatar aquí solo el elemento más característico de la expresión quechua: la marcha en común siguiendo al guía. El pueblo andino es un pueblo que nunca deja de caminar ni jamás deja de creer en su destino, identificado allí con la imagen ingenua de un santo seudocatólico.

Finalmente, el amplio sector del folklore, artesanía y arte popular merece una atención especial. Como lo vimos ya, este folklore y el arte popular se desarrollan siempre en medio de las actividades agrícolas y/o religiosas, lo que de antemano les da dimensión gratuita según el concepto capitalista de lo "bello" del arte por el arte. Aquí todo tiene que servir para algo y tener su función.

Puesto que muchos de los puntos estudiados aquí ya han sido descritos en los párrafos anteriores, quisiéramos, a manera de conclusión, esbozar algunas hipótesis teóricas en cuanto a lo popular, lo que nos permitirá centrar mejor la discusión del segundo tema de esta ponencia.

En efecto, lo popular es un concepto demasiado vago y por lo tanto demasiado manipulado. Es conveniente precisar aquí lo que entendemos cuando hablamos de arte popular.

Lo popular tiene dimensiones que no son sino la trilogía dialéctica tradicional. Primeramente, lo popular es lo que emana del pueblo: es la expresión espontánea, ingenua, inconsciente de la experiencia popular. A este nivel lo denominamos **Folklore**.

Pero lo popular es también lo que cuestiona desde el pueblo al artista consciente y comprometido. Esto sería el **arte por el pueblo**.

Y, finalmente, lo popular es lo que se devuelve conscientemente al pueblo para que lo asuma proféticamente, como identificación y movilización.

Sólo dentro de esta perspectiva dialéctica podemos asumir positivamente la categoría de arte popular como dinámica. El arte popular entonces es el que se compromete con una causa y los intereses populares. La artesanía y el folklore no son más que el valioso punto de arranque, la fuente de tradición y experiencia popular, la llave de la interpretación popular de la vida y de su celebración.

Comportamiento general de los medios en el Perú

Los medios de comunicación social han adquirido en los últimos años, por su desarrollo tecnológico y su multiplicación en todos los sectores de población, una gran significación social, al punto de haberse convertido en una d

las áreas más importantes del proceso de integración y desarrollo nacionales. En este sentido, el contexto en donde se inscriben los medios de comunicación condiciona la función social que estos han de cumplir.

Hoy, en el Perú, el actual sistema de comunicación social no se desarrolla en una perspectiva de servicio a los diferentes sectores y grupos que componen la sociedad peruana.

Consideramos que los medios de comunicación deben cumplir un rol esencialmente educativo, entendiendo la educación en su más amplia dimensión de toma de conciencia, promoción, valorización y desarrollo de la cultura nacional; de criticidad frente al panorama económico-social de acción colectiva y transformadora sobre la sociedad peruana en su globalidad.

En la actualidad, la comunicación masiva y otras formas de comunicación social presentes en nuestra realidad actúan muchas veces en un sentido contrario a lo que aquí enunciamos.

Efectivamente, una de las razones que explican dicha situación la encontramos en el sistema de explotación de los medios de comunicación, principalmente apuntalados por intereses económicos traducidos en la publicidad.

En otras palabras, podemos afirmar que los medios masivos de comunicación, en el Perú, tienen la tarea de resolver gran parte de los problemas de carácter estructural planteados por el desarrollo de una economía de mercado, que además se halla subordinada a una fuerte dependencia frente al sistema monopolístico internacional.

En esta lógica de desarrollo, las redes de comercialización de mensajes masivos son casi exclusivamente extranjeras y ligadas a los grandes consorcios internacionales.

Simultáneamente, los medios de comunicación se convierten en vehículos que difunden y promueven valores sociales, normas de comportamiento y actitudes que no dan cuenta de los intereses y necesidades de las grandes mayorías de nuestro país.

Bien sabemos que uno de los requisitos básicos de un desarrollo autónomo e integral es la afirmación de la identidad cultural de cada nación. Preocupa, por ello, esta notoria gravitación de la influencia externa que se manifiesta en múltiples aspectos hasta llegar a configurar una situación de grave dependencia y agresión en lo cultural, en lo informativo y en lo tecnológico.

Una clara muestra de esta relación, que marca el comportamiento del sistema de la comunicación masiva en el Perú, la hallamos, por ejemplo, en la inminente introducción de la televisión a color, basada sobre todo en una imposi-

ción de carácter tecnológico en la medida que, cada vez, resulta más difícil obtener nuevos equipos para blanco y negro. De otro lado, somos conscientes de un hecho: como ha ocurrido ya en otros países de la región, el alto costo que traducido en divisas, ha de suponer para la débil y golpeada economía de nuestro país, así como la incontenible e irracional carrera que ha de producirse en inmensos sectores de población, deseosos de adquirir este nuevo producto de la comunicación masiva.

Dentro de este cuadro global, podemos señalar igualmente algunas características específicas que adoptan los medios en el Perú. Los programas de televisión elaborados en el país se limitan a repetir modelos que tienen su origen en los países altamente industrializados. Del mismo modo, la línea de contenidos promovidos, ya sea a través de la información o el entrenamiento, no dan cuenta, en la mayoría de los casos, de las aspiraciones, vivencias e inquietudes del hombre peruano, limitándose por el contrario a promover valores, modas, costumbres y creencias que tienen su origen en contextos ajenos a la realidad peruana.

En este sentido, la falta de canales de comercialización e intercambio entre los países de la región y la falta de sentido social con la que se asume el manejo de la televisión, eleva el precio de cada programa nacional, de modo tal que en el afán por reducir costos, se sacrifica también, muchas veces, la calidad técnica de los programas producidos en el país.

Este problema anula como consecuencia las posibilidades de asentamiento de los escasos programas de televisión que presentan contenidos socialmente relevantes, de tal manera que, cuando se dan, se encuentran desde sus inicios condenados al fracaso. Este hecho lo constatamos, por ejemplo, en programas educativos infantiles tales como "La casa de cartón" o más recientemente "Titeretambo".

Estos aspectos, enunciados en el párrafo anterior, provocan al mismo tiempo que los "gustos" del público receptor se hallen determinados por la sofisticada tecnología e inmensos recursos puestos a favor de este medio en aquellos países que controlan el material enlatado que se utiliza en nuestro país. De esta manera, la tendencia lógica se concretiza en una inclinación de la audiencia por tales programas, creándose con ello un efecto de rechazo consciente o inconsciente de la producción nacional. Como consecuencia, se provoca también una situación de permanente imposición y agresión cultural.

El mismo hecho lo podemos encontrar en el caso de la radio en el Perú, un medio que sigue siendo aún el de ma-

yor importancia social en el país. Podemos afirmar, sin temor a equivocarnos, que aún en las más apartadas comunidades nativas de la selva peruana es posible encontrar un receptor de radio, inclusive en aquellos lugares en donde no existe corriente eléctrica. Esta enorme presencia de la radio es consecuencia del alto desarrollo tecnológico alcanzado en este medio, lo que ha permitido al mismo tiempo bajar los costos de un receptor. Su importancia social es, entonces, muy significativa. Sin embargo, la programación depende casi exclusivamente de la publicidad, la que va a imponer en última instancia el tipo de programas que van a estar presentes en este medio.

Así, un rápido diagnóstico estadístico de la radio nos permite constatar que un 80% de la programación se dedica a la difusión de música en general. En este porcentaje encontramos al mismo tiempo una sub clasificación que descubre lo siguiente: el 38.79% se orienta a la música tropical (salsa, chicha, boleros), un 20.28% a la música juvenil (gran parte de la cual se difunde en inglés) y sólo un 18.99% es dedicado a la transmisión de música peruana.

Debemos señalar que sólo en dos de los 23 departamentos de nuestro país encontramos que la música peruana es predominante: Ayacucho y Pasco.

En la sierra y la selva, la música tropical se asienta como la más difundida; en las ciudades de la costa tal privilegio le corresponde a la música juvenil. El otro 20% de la programación de la radio se dedica en buena medida a la transmisión de noticieros y radionovelas. Esta clasificación la encontramos presente, con ligeras variantes, en la mayoría de las 204 emisoras de radio que se distribuyen en todo el territorio nacional y aún en aquellas que funcionan protegidas por una licencia educativa.

La prensa, condicionada en buena medida por su dependencia respecto a las agencias internacionales de noticias y sometida a un fuerte control oficial, ha puesto énfasis en la difusión de acciones impulsadas por el gobierno central desde Lima y se ha olvidado, en cambio, de los sucesos más importantes que dan cuenta de la problemática diaria enfrentada por diferentes sectores de nuestra población en las distintas regiones y departamentos de nuestro país. Hoy podemos afirmar que la desinformación es uno de los problemas más graves de la prensa y la comunicación en el país. Finalmente, debemos señalar que entre los medios masivos, el cine sigue siendo en el Perú el medio más limitado en su desarrollo, debido en buena medida a un escaso o casi nulo apoyo estatal, reducido al campo de los cortometrajes y en los que se han concentrado gran parte de los esfuerzos de diferentes sectores.

Aquí, la falta de una clara política de promoción y desarrollo de un cine nacional condujo a una desesperada carrera de producción de cortos, muchos de los cuales presentan graves limitaciones técnicas, contenidos irrelevantes y pobreza creativa, lo que trajo como consecuencia la saturación del mercado nacional.

Por otro lado, las grandes distribuidoras y productoras norteamericanas siguen copando el mercado con largometrajes que se elaboran no sólo en los grandes estudios de aquel país, sino también en lugares como Formosa y la India. Dichas películas promueven en los sectores populares una imagen del mundo que interesa a las grandes empresas productoras.

Sin embargo, es en el medio del cine donde se han producido los esfuerzos más interesantes por ubicarse en una línea de oposición y alternativa, en una línea de construcción de nuestra propia identidad cultural a través de los Medios, expresada en no pocos cortos y algunos largometrajes tales como *Kuntur Wachana*, *Muerte al amanecer* o *Cuentos inmorales*, que no sólo se convierten en un serio esfuerzo en la línea ya señalada, sino también en la pauta que sustenta nuestra esperanza de una comunicación comprometida con la sociedad peruana.

Discusión de la Problemática de Integración y Cholificación a través de los medios masivos

En esta segunda parte nos toca debatir sobre el rol de los medios de comunicación en el proceso conflictivo de integración-cholificación. En otras palabras, se trata de analizar el comportamiento de los medios frente a lo andino: por una parte, qué imagen de lo andino promueve y, por otra, qué modelos de comportamiento propone a la población del Ande o de origen serrano y, finalmente, cuál es el efecto socio-cultural de tal comportamiento. Trabajaremos aquí exclusivamente los medios comerciales. En efecto, si bien es cierto que en su primera fase el gobierno militar desarrolló una intensa campaña ideológica de revalorización de temas andinos, en la actualidad no queda prácticamente nada de este intento.

Para este debate hemos escogido tres indicadores:

- 1.— La música popular.
- 2.— La publicidad.
- 3.— Los temas de diversión: telenovelas, etc.

Primer Indicador: La música popular

Por ahora nos toca trabajar el amplio y complejo tema de la música popular. Lo haremos por etapas, analizando pri-

meramente la estructura del folklore serrano, fundamentalmente el huayno; veremos cómo el capitalismo selecciona y maneja este vasto conjunto para crear una imagen de lo andino, para uso propio del mundo andino mismo. Y cómo, a través de este manejo, propone modelos de comportamiento que corresponden a sus intereses económicos. Haremos, más tarde, el mismo debate con la música criolla "cholificada" y finalmente con el amplio campo de la música tropical cholificada y la música juvenil. Es preciso señalar una afirmación muy corriente en el Perú según la cual el huayno sería el fiel reflejo de la mentalidad andina. Nos permitimos cuestionar radicalmente esta aseveración, situando más bien el huayno, por lo menos en su letra, como un mecanismo colectivo de compensación afectiva frente al fracaso cultural que representa la dominación blanca. Pruebas de esto son el énfasis en los temas individualistas, abiertamente contradictorios con la ideología comunitaria, y el desarrollo de temas amorosos subjetivos completamente desligados de lo que en la primera parte llamamos la funcionalidad materialista del amor serrano. Estos dos rasgos claramente alienados del huayno en general explican por qué con tanta facilidad el capitalismo pudo apoderarse de él y transformarlo en un poderoso instrumento de conformismo, resignación e inmovilidad al mismo tiempo que un rotundo éxito comercial. Sólo dos o tres temas, presentes en el huayno, pueden ser considerados como quechuas:

- Los temas referidos a la naturaleza.
- Los temas referidos a la fiesta.
- Los temas de terruño o chauvinistas.

Finalmente, habría que matizar nuestra crítica al huayno, diferenciando baile y canto. El baile es, por supuesto, eminentemente comunitario, en tanto que la letra parece casi siempre contradecir el gesto a través de una tematización subjetivizante.

Ahora sería bueno diferenciar comparativamente los huaynos y su asimilación y devolución al pueblo por los canales de comunicación masiva. Para visualizar mejor esto, proponemos el siguiente cuadro comparando Origen, instrumentos, idioma, temas principales y contexto.

Contexto: **Campo:** Fiesta al exterior, optimista y activa.
Ciudad: espectáculo al interior, nostálgico y pasivo (coliseos).

Acentuación del fenómeno comercial "coliseo" paralelo a la occidentalización de la ciudad (Huancayo, Lima).

Origen		Instrumentos	Idioma	Temas
Norte	— Ancash — Cajamarca	Tradicionales	Dialecto Castellano-Quechua	fiesta naturaleza cariño- engaño
Sur	— Cusco — Puno — Ayacucho — Arequipa	Tradicional + guitarra	Quechua	fiesta naturaleza cariño- engaño.
Centro	— Huacayo	Occidentales modernos	Dialecto Castellano-quechua	naturaleza borrachera ironía machismo
Lima		Occidentales eléctricos	Castellano	nostalgia abandono fracaso ironía

Una lectura cuidadosa del cuadro mencionado nos permite sacar una serie de conclusiones particularmente reveladoras:

- A mayor alejamiento del centro de poder capitalista que es Lima, mayor énfasis en temas, instrumentos e idiomas tradicionales.
- A mayor "urbanización" del huayno, menos participación activa optimista y mayor actitud consumista pasiva, nostálgica a través del fenómeno "coliseo".
- A mayor occidentalización, mayor énfasis en el fracaso, la nostalgia y sus consecuencias, el machismo y la ironía.

Es interesante también comprobar la total ausencia de temas de protesta en el huayno popular. Sectores estudiantiles urbanos han intentado, en los últimos años, transformar la letra de huaynos famosos y conferirle un tono testimonial. Pero su intento se quedó a nivel de intelectuales radicalizados, sin calar de verdad en las masas populares.

Aquí, por lo tanto, se percibe cómo el huayno aún más alejado de Lima es una fuente perfecta de modelos conformistas para el capitalismo

Sin embargo, hay que constatar también que el **business** de música popular peruana favorece desde hace años casi exclusivamente una auto-imagen de lo andino y es, como por casualidad, la imagen más alienada en todo sentido: el huayno del Centro. En efecto, la música del Centro, aparentemente más alegre pero sobre todo más grosera y más superficial, está invadiendo la totalidad de la sierra y los sectores adultos de los pueblos jóvenes costeros.

En fin, es interesante señalar dentro de la misma lógica la aristocratización de la música más tradicional, principalmente del Sur. Por movimiento reflejo, el éxito de la que-
na y del charango en Europa y EE.UU. (un éxito constante desde hace más de diez años), ha convertido lo mejor de la producción folklórica andina en producto de exportación, cerrándose así perfectamente el circuito paralelo entre economía y cultura. Del mismo modo que el peruano tiene que consumir arroz y azúcar de segunda o tercera categoría o no consumir para poder exportar el mejor arroz del mundo, que es peruano, asimismo el mundo andino se ve reducido a consumir una caricatura de su cultura, mientras lo mejor de su creación artística se consume afuera y que, para colmo de ironía, los mejores conjuntos son grupos franceses o suizos como Thevenot, "Los Calchakis" y "Los Franceses".

En la misma línea se inscribe la "vedetización" de Raúl García Zárate, eminente guitarrista ayacuchano. Ahora es el "Doctor" R. García Zárate, utiliza la corbata de concierto y su música se consume en el Teatro Municipal al igual que la de cualquier gran intérprete clásico para clase alta.

Puede parecer paradójico tocar el tema del vals criollo a propósito del mundo andino. No se trata aquí de hacer un análisis del vals en su conjunto, sino más bien del tratamiento de lo andino en el vals y, por otra parte, de la asimilación del vals por los serranos de la ciudad. Pero, para entender cabalmente esas ramificaciones, hay que situar rápidamente el vals criollo en su evolución hasta la actualidad.

En su origen, el vals criollo (a diferencia de la música criolla negroide o de la marinera), corresponde a los primeros inicios del capitalismo en las ciudades costeñas y representa la expresión a la vez alienada y creativa original del proletariado urbano costeño frente a la oligarquía de cultura europea. Esta expresión es a la vez aspiración mimada hacia la clase alta (vals vienés, lenguaje pomposo) y reflejo de la experiencia de frustración popular. Los temas de esta primera etapa son los tradicionales: el engaño, el amor imposible por la distancia de clase atribuida al destino, la jarana popular, etc. La característica de esta primera etapa es una formulación individualista aunque a veces gregaria en el caso de la jarana y una intensa presencia del fracaso o frustración sentimental.

Pero, con la invasión de la costa por la sierra, debido al fenómeno migratorio de los treinta últimos años, el vals criollo va a cambiar de sentido. Se transforma en la afirmación de lo no serrano, manifestación agresiva del racismo antiserrano. Y aquí empieza entonces la aristocratización del vals, donde lo blanco se asimila globalmente a lo criollo con Chabuca Granda, Alicia Maguina, etc. Se abren peñas selectas en los barrios residenciales y la jarana se pone de moda en los medios de la alta burguesía.

Paralelamente, sobre todo en los últimos años que empieza a surgir la segunda generación de los serranos emigrados llamados a veces "cholos emergentes", aparece un "vals cholo" como intento muy curioso y original de identificación con el mundo blanco.

Finalmente, empujados sobre todo por el movimiento ve-



lasquista, el tema del Ande empieza a aparecer también en el vals aristocrático de Chabuca Granda y sobre todo en el valioso aporte de Alicia Maguiña.

En este párrafo vamos a estudiar sólo estos dos últimos casos. Por una parte, el "vals cholo", como los famosos vales **El provinciano**, **Cholo soy**, **Todos vuelven** y, por otra parte, la imagen andina en el vals aristocrático como **Las tres amadas** y sobre todo **Indio**.

En lo que llamamos "el vals cholo", distinguimos fundamentalmente tres temas significativos y mutuamente relacionados:

a. La emigración a la ciudad como combate individual y viril para conseguir el éxito ("...luché como varón para vencer y pude conseguirlo").

b. La nostalgia del pueblo de origen ligada básicamente a la imagen de la madre ("Todos vuelven a la tierra en que nacieron...").

c. La fatalidad, la desgracia, la culpa de ser cholo ("Cholo soy y no me compadezcas...").

En estos tres ejes (que muchas veces se cruzan) encontramos a la vez rasgos criollos asimilados y rasgos propios de la cultura quechua alienada tal como ya lo señalamos en la primera parte de nuestra exposición.

El tema más mezclado es el del éxito: aquí reencontramos la obsesión de "triunfo" del hombre campesino mezclada a la noción de victoria individual, del machismo criollo. Se vislumbra ya una de las principales mutaciones del hombre andino al chocar con el capitalismo: la aplicación de su orgullo y espíritu de lucha dentro de una perspectiva individualista, competitiva y ya no solidaria como era el caso en su comunidad.

El segundo tema de la nostalgia romántica es una acentuación urbana de la "tristeza" andina que atribuimos ya a la situación de opresión en que se encuentra. Transplantada a la ciudad, esta nostalgia viene a ser compensación, refugio, frente a la agresión constante del mundo costeño.

Otra vez se mezclan dos ideologías: la andina —terrena materialista— y el mamismo criollo, es decir el tema de la divinización de la madre tan característica del mundo criollo en general (tango, ranchera, vals, etc.).

Por fin, el tema de la "fatalidad de la culpa" no es sino una transposición a la raza del gran tema de la culpa y del masoquismo criollo. Desarrollar esta hipótesis nos demandaría más espacio que el que podemos utilizar aquí. Pero, en pocas palabras, pretendemos que el hombre criollo, a través de su machismo agresivo hacia la mujer, expresa en el fondo su propia culpabilidad y, por lo tanto, su autocastigo. Culpabilidad por su mala identificación masculina

contrapuesta a su agresividad machista y autocastigo de castración por intermedio de la perfidia de la mujer que lo abandona.

Este tema obsesivo del vals peruano reaparece en el vals cholo pero la culpa del fracaso y de la falta de identificación tienen aquí una dimensión mucho más social que puramente afectiva. Es el hecho de ser "cholo" que finalmente es el causante de este fracaso. El autocastigo es, aquí también, de color machista: "...no me compadezcas".

En conclusión, el "vals cholo" propone al hombre andino emigrado a la ciudad un modelo que recupera lo más alienado de su propia ideología junto con lo más alienado de la ideología criolla. Presenta un modelo donde el futuro aparece como combate individual hacia el éxito, el presente se explica como consecuencia de una desgracia, fatal y sin remedio: la raza y el pasado juegan como un refugio, un retorno romántico y pasivo. En suma, un modelo conservador, individualista, conformista.

En cuanto al tema andino en el vals aristocrático, corresponde perfectamente a la ignorancia real que existe del Ande en las clases dominantes de Lima.

Para Chabuca Granda, el Ande se reduce a sus paisajes grandiosos y es objeto de refinados juegos de imágenes de las cuales el hombre andino queda totalmente ausente. En cambio, hay que reconocer el esfuerzo de Alicia Maguiña para encontrar el mundo andino. Al integrar huaynos a su repertorio, al aceptar actuar en los coliseos populares serranos, esta gran dama de la canción criolla demuestra una inquietud que va más allá de lo retórico, para el Perú total y real. Sin embargo, si analizamos su vals más famoso de temática andina —**Indio**—, no podemos dejar de constatar una imagen totalmente abstracta del indio. A lo mejor el indio es una idea, una tragedia, una "sombra". No va más allá de una lectura intelectual del fenómeno quechua en el cual ningún cholo se reconoce.

En el fondo, más que conocimiento real del indio refleja el dolor, la herida del peruano consciente frente a la tragedia andina ("hierve mi entraña cuando lo nombro") y la afirmación de una "esperanza contra toda esperanza" ("serás otra vez montaña").

En conclusión, la imagen andina en el vals aristocrático no pasa de lo poético o de lo metafísico y refleja más la inseguridad y la herida del blanco por lo andino, que la verdadera personalidad del indio.

Hasta aquí hemos trabajado músicas nacionales y su relación con el mundo andino. Nos toca analizar ahora el sentido de dos músicas no peruanas y que, sin embargo, re-

presentan un fenómeno masivo de vital importancia en la evolución de las formas culturales populares quechuas y criollas. Se trata, por una parte, de la "música tropical" y de sus ramificaciones cholitas y, por otra, de la llamada "música juvenil". En los dos casos, lo interesante es la aparente neutralidad de clase de esos dos tipos de música. Por no ser peruanas, tanto la "Salsa" como la "Música Juvenil" se consumen indiferentemente en clases altas y bajas.

Sin embargo, cada una de ellas tiene sus propias características a partir de las cuales nuestros sectores populares inician un proceso simultáneo de mimetismo y de creación.

En lo que concierne a la música tropical, es importante señalar una serie de datos: primeramente se trata de una música fuertemente inspirada por lo negroide latino (Cuba, Nueva York-Chicago, Colombia). Por otra parte, se trata de una expresión de clases marginales urbanas. Finalmente, es una música esencialmente rítmica, de rasgos casi "mágicos" por sus aspectos repetitivos y monótonos. La letra, en este caso, es poco más que un pretexto y gira, en la mayoría de los casos, alrededor de temas eróticos o de la vida social de grupos restringidos (barrios, bandas, colleras, etc. . .) En el mundo entero, lo negroide y sus expresiones culturales siempre ha sido la mejor identificación de la esclavitud y de la opresión y su mejor escape a través del olvido y del erotismo adolescente e ingenuo propio del negro. Ahora, mientras en Miraflores se baila una "salsa" importada, en los pueblos jóvenes, nace una "salsa cholita" que inclusive tiene su nombre: la "Chicha".

Este fenómeno de la "Chicha" es demasiado reciente para hacernos una idea clara de su significado. Pero lanzamos, a manera de hipótesis, que podría ser de parte del cholo urbano, el primer intento de valorizar su nueva situación de habitante de PUEBLO JOVEN, sin referencia nostálgica al pasado andino y sin anhelos de imitación de la clase alta, puesto que la temática tradicional de la música tropical se ubica en un medio similar al suyo. No es de poca significación el redescubrimiento de la dimensión comunitaria andina, ya no como añoranza, sino dentro del contexto concreto y nuevo de los PUEBLOS JOVENES. Es el sentido sumamente positivo de la "chicha" **Mi pueblo joven** ("donde mis hermanos trabajan sin cesar. . . , etc."). Nos parece vital seguir estudiando este fenómeno y su evolución, por la vasta significación que tiene a nivel masivo y por su no relación de origen con la clase dominante o con el mundo campesino.

Para concluir este capítulo, nos toca hablar de la llamada

música juvenil. Se trata del fenómeno de importación comercial enlatada más característico del **Business** musical. Aquí nada de adaptación nacional. Es una música fabricada en los laboratorios de psicología colectiva del mundo desarrollado.

Dos líneas fundamentales :

1.— Lo sentimental romántico, representado básicamente por la canción hispana e italiana.

2.— El consumo de atributos juveniles capitalistas (moda, ademanes, ropa, bailes). En este momento, el acontecimiento más marcado es el "caso Travolta".

Es difícil percibir alguna falla en la perfectamene controlada máquina del embrutecimiento masivo. Asistimos a fenómenos dignos de Orwell, como los concursos Travolta, que reúnen en el más grande coliseo de la ciudad a miles de jóvenes serranos en trajes de "moda". Se trata del más completo y eficaz manipuleo de las frustraciones populares y en particular de la multitudinaria juventud sin futuro, sin trabajo, sin estudios, que llena los barrios populares, de aburrimiento y desesperanza.

Aquí se hace la economía de todo lo peruano y todos se encuentran igualmente drogados por esta inmensa y millonaria empresa de olvido colectivo.

Segundo Indicador: **La Publicidad**

La publicidad es otra de las áreas en donde podemos encontrar con gran claridad esta imagen del hombre andino y, lo que es más interesante, el modelo de comportamiento que le proponen los medios masivos.

Sabemos bien que la publicidad se ha convertido en el presente siglo en el mecanismo dinamizador de una economía de mercado, a tal punto que bajo las actuales condiciones históricas, no es posible la concretización definitiva de un producto en mercancía, si no se apela a la publicidad.

La publicidad recepciona la creciente y desesperada urgencia de las grandes empresas económicas por ampliar sus mercados, su público potencialmente comprador, en un contexto en que la gran competencia monopólica tiende a liquidar a aquellas industrias que se muestren incapaces de apelar a las más diversas formas de motivación y persuasión.

La publicidad necesita entonces lograr la homogenización ideológica de los receptores con el objeto de poder promocionar los diferentes productos que son colocados para su venta en el mercado.

Para alcanzar esta homogenización, la publicidad va precisando en lenguaje específico que atraviesa paulatinamente

las diversas realidades socioculturales existentes en el Perú. En ese sentido, dicho lenguaje se ha sentido ya como lenguaje cotidiano presente, no sólo en la publicidad, sino también en la totalidad de los mensajes que están presentes en los diferentes medios de comunicación.

Dicho proceso alcanza caracteres muy precisos, a tal punto que el receptor, el hombre del pueblo, ya no es capaz de distinguir entre la broma, el chiste del locutor y el mensaje publicitario que éste le va a transmitir.

La publicidad se enfrenta, en consecuencia, al propio proceso de evolución que sufre la cultura andina. Proceso marcado por un contexto de crecimiento del sistema económico dominante, el mismo que ha de quebrar, como ya hemos dicho en la introducción, no sólo la forma de economía tradicionalmente vigentes en la sierra peruana, sino también las formas de vida, los valores, los gustos propios del mundo cultural andino. Estos elementos van a ir siendo desplazados paulatinamente por un conjunto de categorías y metas que, entre otras cosas, promueven el desarrollo de actitudes consumistas, apelando a un falso desarrollo de su **status**.

Es así como se hace posible la colocación de productos que no dan cuenta de las necesidades y condiciones actuales de las comunidades serranas de nuestro país.

La adecuación de la publicidad a las características culturales de cada región y al proceso de integración de éstas a una economía de mercado, la encontramos registrada en el siguiente comportamiento:

En primer lugar encontramos que en las regiones y comunidades andinas más apartadas de las ciudades, el universo cultural andino se presenta mucho más fuerte. La forma de vida sigue estando ligada a la tierra; por lo tanto, la actividad campesina sigue siendo la más importante, y la incorporación de la comunidad al mercado de consumo es muy incipiente. Se halla en una etapa de introducción.

En estos lugares, es la radio el medio de mayor importancia social. Aquí la publicidad se estructura de una manera muy simple con una apelación directa al producto o servicio que ha de ser publicitado. Este comportamiento se aplica porque en aquellos lugares las categorías ideológicas de consumo se hallan en un nivel de iniciación. Esta constituye una primera etapa en la introducción del modo de vida capitalista, que permite evitar posibles obstáculos culturales o ideológicos que determinarían el rechazo de los mensajes publicitarios más elaborados.

Esto no implica que este tipo de mensajes sean ideológicamente "puros". Lo que ocurre es que la ideologización es-

tá implícita en los propios productos que la publicidad promociona.

En otras palabras, la incentivación se da a través de la mención de los productos mismos, apenas con una mención a las marcas. Aquí hay ausencia total de toda elaboración que recurra a mecanismos ideológicos motivadores de consumo. A medida que los pueblos andinos van desarrollándose o van cobrando importancia, y en la medida en que se amplían las formas de comercio típicas del mercado capitalista, se empieza a introducir en la publicidad ciertos patrones ideológicos utilizados para incentivar el consumo. Así, junto a la promoción de un producto, hallamos categorías ajenas a sus características intrínsecas: vida mejor, felicidad, lujo, elegancia, perfección, etc.

Dicha promoción es presentada de tal manera que otorga al comprador del producto un falso **status**, que termina por separarlo de aquellos hombres de su comunidad que no pudieron adquirir el producto.

En este contexto, es posible encontrar refrigeradoras en poblaciones que aún no tienen corriente eléctrica, o confortables que jamás se usan en las viviendas de las comunidades andinas de nuestro país.

En Radio Sicuani, en una provincia típicamente campesina del Cusco, pudimos registrar por ejemplo un **spot** de publicidad que insistía en aspectos tales como confort, distinción, clase, buen gusto, felicidad, alegría, vida con color, etc. Debemos señalar también que en la sierra del Perú se ha producido en algunos casos particulares un acelerado desarrollo comercial de algunos pueblos, en donde el mundo cultural andino mantiene aún formas de comportamiento y hábitos de vida predominantemente campesinos. Su ubicación geográfica y condiciones económicas favorables determinaron su acelerado desarrollo. Tal es el caso, por ejemplo, de Huancayo en la sierra central o de Juliaca al Sur del país, en el departamento de Puno, cuyo comercio sirve para el intercambio de productos del Perú, Bolivia y Chile.

En estos lugares, la publicidad, frente a grandes perspectivas de desarrollo, ha debido estructurar sin embargo sus mensajes utilizando patrones culturales y categorías ideológicas propias del mundo andino.

Estos elementos culturales e ideológicos tradicionales son insertados en un modelo formal, donde los índices y las categorías ideológicas utilizados, corresponden a la etapa de capitalismo desarrollado y a cuya funcionalidad se adecúan los primeros.

La presencia de estos elementos se da en la publicidad,

teniendo al huayno como fondo musical y al quechua como idioma para concretar la promoción. Se incorpora también algunas expresiones lingüísticas y elementos del universo simbólico propio del campesinado andino dentro del texto mismo del mensaje.

"Pajarito amarillo, piquito de oro, ay mamiy, ayayay, cholita, mi cholo" o el cariño serrano mitificado a través de los golpes entre los novios, son combinados con textos en donde destacan apelaciones referidas al éxito, el triunfo o el confort, para concretar un mensaje publicitario que cuenta así con una tremenda potencialidad motivadora. En ese mismo contexto, muchos éxitos publicitarios de las grandes ciudades simplemente son traducidos al quechua, manteniendo sin embargo los diálogos y la cortina musical de la versión original. Por ejemplo, fue traducido al quechua y difundido en Juliaca el conocido spot del detergente Ace, interpretado por dos conocidos artistas de la televisión limeña.

Creemos que en esta perspectiva la publicidad viene siendo utilizada tanto para promover la imagen específica del hombre andino que interesa en la línea del consumo, así como para difundir y consolidar como deseable el modelo de vida propuesto por el sistema dominante, aún cuando para conseguir su objetivo se apele en no pocos casos a evidentes muestras de agresión cultural.

Tercer Indicador: Programas de entretenimiento

El último indicador seleccionado para establecer el diagnóstico de la imagen andina vehiculada por los medios de comunicación masiva, es el humor y, más ampliamente, la teatralización de masa (radionovelas y telenovelas). Debemos introducir el tema estableciendo cuáles son los roles y criterios del humor y del teatro campesino quechua a fin de poder interpretar el impacto real de los medios masivos en este campo.

En el mundo campesino, totalmente ritualizado, es difícil hacer una distinción entre teatro y vida. Cualquier acto comunitario colectivo está ordenado litúrgicamente, teatralmente. Las asambleas tienen su ritual así como las faenas comunales; todo momento de la vida agrícola se dramatiza. Esta intensa dramatización de la vida social, en su conjunto, se refleja en la solemnidad y grandilocuencia del lenguaje campesino en público. Esta afirmación se puede comprobar aún en asambleas de barrio en los pueblos jóvenes.

La teatralización permanente de la vida en el campo es la afirmación del sentido de cada elemento del universo. La interpretación mítica está presente a cada instante. Hay tres campos principales de teatralización en el mundo andino:

1. El campo político: las asambleas de la comunidad, la iniciación en los cargos comunales, etc.
2. El campo económico-social: la limpia de acequias, techado de la casa de nuevas parejas, la marca del ganado.
3. El campo religioso: fiestas, procesiones, matrimonio, bautismo, entierro.

Dentro de este contexto ritual donde vida y teatro se confunden, la ideología desarrollada es relativamente conser-



vadora en la medida que el rito es una "tradición" intangible y sagrada. Es precisamente el humor el que va a introducir en la solemnidad de la vida ritualizada, una dimensión crítica y cuestionadora. La burla en el mundo quechua es, en efecto, una de las más eficaces catarsis culturales. Aquí es preciso distinguir entre burla colectiva ritual y burla individual.

En el primer caso, el humor recubre exactamente los mismos aspectos que señalamos para la teatralización en general.

1. El campo político: existe una burla agresiva en contra del orden establecido, en general. Por ejemplo, durante la faena de la limpia de acequias, los campesinos tea-

tralizan un juicio y escenifican de manera burlona tanto los excesos de los jueces corruptos como de los policías.

2. El campo socio-económico: en general, se trata de la burla hacia el gamonal.
3. El campo religioso: se trata de una crítica humorística al cura. El ejemplo más significativo es el caso del techado de casa. Al final de la ceremonia un campesino ya embriagado de chicha, se disfraza de cura y bendice con chicha la casa, echa un incienso de ají quemado y profiere palabras en un latín de fantasía.

Lo fundamental de este humor colectivo es que fundamentalmente es de uso estrictamente interno. Aquí los



campesinos sólo asisten y participan. Pero sobre todo se trata de una inmensa sicoterapia colectiva de la sumisión y resignación.

Al nivel individual, la burla es más pública y más sutil. Tiene básicamente dos aspectos: uno de desafío al blanco, cuando éste se encuentra en posición de inferioridad respecto al campesino y uno de casi desprecio hacia el mismo campesino, es decir una suerte de autocritica.

En el primer caso (el desafío), el humor aparece con un aparente respeto y humildad frente al blanco: doctorcito, ingeniero, etc. Pero en el fondo hay una expectativa secreta de que el blanco fracase para reírse de él. Casos muy comunes son, por ejemplo: el soroche o mal de altura que

afecta al blanco, o cuando un blanco orgulloso se encuentra impedido en su trabajo por algún obstáculo propio del Ande y que el campesino había previsto en silencio desde mucho tiempo. La inadaptación del blanco a la sierra es fuente inagotable de bromas saludables para el campesino. Del mismo tipo es el gozo que siente el campesino cuando ha podido engañar al blanco.

El segundo caso (que llamaríamos autoburla), se encuentra mayormente en sectores serranos emigrados de la ciudad. Se trata de ridiculizarse a sí mismo en sus anhelos imitativos del blanco. Existe una humorista chola muy famosa en el medio de los pueblos jóvenes, Margaracha. Esta anciana actúa todos los domingos en este templo de la "cholificación" que es el Coliseo Nacional, utilizando la vieja técnica serrana de la comparsa. Margaracha ridiculiza no por el hecho de ser serrano sino por querer imitar burdamente al criollo. Los temas básicos de esta burla son el machismo, la moda o la manera de vestir, de peinarse, etc., la oposición pollera-ropa occidentalizada, el acento.

Esta autoburla es, a nuestro parecer, la mejor manera de contrarrestar el sentimiento de vergüenza presente en la ideología serrana de hoy en la ciudad.

Los Medios de Comunicación trabajan también con una forma de producción de mensajes a la que denominamos **de entretenimiento** y que integra básicamente a todos aquellos programas de humor o cómicos así como a las tele, radio y fotonovelas. En dicho universo, el hombre andino ha venido siendo presentado como una inagotable fuente de inspiración, pero no precisamente en una línea de promoción de sus propios valores culturales ya señalados.

Los Medios de Comunicación han transmitido (y continúan haciéndolo) una imagen mítica que ha deformado absolutamente a este gran sector de nuestra población, promoviendo en cambio las costumbres, los hábitos, los gustos y el comportamiento del grupo dominante, identificado tradicionalmente con la raza blanca. Podemos afirmar, sin temor a equivocarnos, que los medios masivos han incentivado el desarrollo del racismo en el Perú, adquiriendo en muchas ocasiones caracteres no sólo dramáticos sino incluso trágicos.

El racismo que distingue al Perú y que prácticamente no ha sido interpretado por los investigadores sociales, no es el mismo que caracteriza a los Estados Unidos o Sudafri-

ca. Por el contrario, es un racismo no aceptado formalmente, encubierto, subterráneo.

Es un racismo drámatico porque acentúa formas de dominación económica y social y es trágico porque supone la negación de la propia identidad cultural del hombre peruano. Un racismo del cholo sobre el cholo, un racismo de vergüenza porque expresa además la rabia del blanco criollo de que el cholo sea también peruano.

En este contexto, el cholo es presentado en los programas cómicos como torpe, sucio, ignorante, de costumbres vulgares, huachafo o monótono. En oposición, se difunde la imagen de un criollo, cuya burla del cholo es directa y agresiva. El criollo es astuto, sabido, vivo, inteligente, divertido, limpio, "educado". Su descuido personal es festejado y su agresividad es presentada finalmente como muestra de su aparente seguridad.

Como síntesis de estos dos grupos, es promovida también la imagen de un cholo acriollado, que asume todas las características del criollo y se burla del propio cholo. Se desconoce como cholo y recoge toda la propuesta lanzada por el blanco. En otras palabras, asume los valores, costumbres y modelos de vida que sustenta y reproduce el grupo dominante.

Finalmente, hallamos que las telenovelas peruanas han integrado tradicionalmente a la mujer de la sierra como sinónimo casi exclusivo de doméstica. Sin embargo, cuando se le atribuye un papel protagónico (siempre como doméstica), ha de tener los rasgos físicos, las costumbres y los gustos propios del blanco que la hace legitimarse y ser aceptada por el grupo dominante. La condición exclusiva del triunfo reside, pues, en la posibilidad que tenga el "cholo" de presentarse como blanco. Tal es el caso, por ejemplo, de *Natacha* o *Simplemente María*, dos de los éxitos comerciales más importantes de la televisión peruana.

CONCLUSIONES

Al empezar la segunda parte de esta exposición, planteábamos de la siguiente manera nuestro objetivo: analizar el comportamiento de los medios frente a lo andino; qué imagen de lo andino promueven los medios masivos y qué modelos de comportamiento proponen a la población del Ande o de origen serrano y, finalmente, qué efecto socio-cultural tiene este manejo.

Pensamos tener ya algunas líneas generales que surgen del análisis realizado que nos permitirán plantear algunas hipótesis.

1. LA IMAGEN DE LO ANDINO Y LOS MEDIOS MASIVOS

Es preciso distinguir entre la imagen de lo andino para el cholo y esta misma imagen para el criollo.

a) Para el cholo: A este nivel los medios masivos utilizan tres técnicas:

- Utilización selectiva de expresiones populares quechuas (música, idioma, poesía).
- Cholificación de actitudes criollas (vals cholo, publicidad idealizada).
- Sustitución de modelos quechuas por modelos occidentales.

Se pueden considerar estos tres puntos como evolutivos, progresivos, hasta cierto punto. El paso de una a otra presentación corresponde por una parte al grado de alejamiento o cercanía respecto a Lima y, por otra parte, la vinculación más o menos estrecha a la economía de mercado capitalista.

¿Cuál es el manipuleo ideológico de estos tres aspectos?

1. La utilización selectiva de expresiones populares consiste primeramente en valorizar aspectos alienados de la ideología quechua como la nostalgia, el machismo y, en segundo lugar, en adulterar los valores positivos del mundo andino: por ejemplo, el trabajo por la competencia o la propiedad privada, el triunfo por el prestigio individualista, la participación colectiva por el consumo pasivo.
2. "La cholificación" de lo criollo consiste en amoldar lo criollo, por su prestigio, a estructuras ideológicas quechuas. En este caso, la transposición más grave es la que toca a la culpabilidad: el sentimiento de frustración y de fracaso, propio del criollo, deviene en su cholificación la culpa racial de ser indio o de ser cholo.
3. Finalmente, en la sustitución de modelos propios por modelos occidentales, la ideología de los medios masivos actúa simplemente como negación total de la cultura propia.

En pocas palabras, la "autoimagen" del cholo, manejada por los medios masivos, está perfectamente adaptada a las exigencias del mercado capitalista a la vez que señala la terrible crisis de identidad del hombre peruano en su conjunto.

Selección de lo Serrano, cholificación de lo criollo y negación por sustitución de modelos, son los tres mecanismos utilizados por la música, la publicidad y el negocio de diversión en general.

b) Para el criollo: aquí también se trabaja varias visiones del cholo:

- La visión racista (rechazo)
- La visión paternalista
- La visión intelectual

La ideología desarrollada en este caso se caracteriza siempre por una distancia. En ninguno de los tres niveles, el criollo entra en contacto real con el cholo. Su visión va de la negación (racismo) a la abstracción (poesía) pasando por la dominación caritativa (telenovela).

2. MODELOS DE COMPORTAMIENTO PROPUESTOS POR LOS MEDIOS MASIVOS AL SECTOR SERRANO

Los modelos de comportamiento se deducen fácilmente de la imagen de lo andino promovida por los medios. Básicamente se propone un comportamiento conformista, individualista, compensado por la nostalgia pasiva o de evasión. Este comportamiento valorativo está sustentado básicamente por el consumo de modelos urbanos.

En conclusión, las consecuencias de tal comportamiento de los Medios Masivos es la confusión de planes y la acentuación de las contradicciones nacionales, principalmente la contradicción racial. La confusión ideológica en el mundo quechua se traduce por la interpretación mítica de propuestas urbanas y, por tanto, por un consumo inadecuado. Los Medios Masivos en este sentido han sabido apuntar al meollo de la identidad campesina: su visión materialista. Pero le quita toda perspectiva comunitaria y participatoria y logra así la desmoralización y la inseguridad.

La alternativa no puede ser ni el ilusorio retorno al pasado, ni la asunción acrítica de los modelos propuestos.

Planteamos, más bien, una solución a partir de una conciencia crítica de su situación de alienación, tanto para el quechua como para el criollo.

A partir y dentro del contexto concreto de alienación, reconstruiremos una nueva visión del mundo, síntesis de lo

mejor de su tradición y de la superación de la agresión urbana.



UN MODELO
MATEMATICO
DE COMUNICACION

SANTIAGO MONTES



La comunicología, si aspira a ser verdaderamente científica, ha de cumplir las condiciones de posibilidad y validez que se requieren lógica y epistemológicamente para el establecimiento de toda ciencia natural o humana. Además de precisar su objeto formal y determinar su método apropiado, debe, sobre todo, construir un modelo satisfactorio y válido que abarque todo el proceso comunicativo en el que se instrumenta la codificación y decodificación de la transmisión de mensajes. Un modelo comunicacional debe ser el mismo para toda materia comunicativa (verbal o no verbal, informativa o expresiva, individual o social, consciente o inconsciente), para todo orden de los elementos y relaciones estructurales del código y para su contenido. Incluso, ha de explicar la relación misma entre materia, orden y contenido, la función de cobertura semántica y su nivel de referencia a la realidad, no sólo su grado de operatividad convencional.

Un modelo no es un simple diagrama, aunque pueda representarse como tal ilustrativamente o, mejor, de acuerdo con la teoría matemática de grafos, cuando se trate de un proceso dinámico vectorial y no de un objeto o hecho estático. Esta representación explicativa, sea natural (los movimientos planetarios o neuronales como ejemplo de una intercomunicación física, por atracción gravitatoria, o biológica, por compensación de los iones de sodio y potasio frente al estímulo aferente), cultural (por ejemplo, una proyección cartográfica) o matemática, sólo analógicamente puede hacernos captar la realidad del proceso.

El modelo tiene que ser completo, es decir, tiene que abarcar todos los elementos y las relaciones entre ellos que componen el proceso y, sobre todo, debe ser válido lógicamente, por demostración de las leyes que rigen el proceso. El modelo, finalmente, se

contrasta con la realidad y se conoce así su utilidad.

En la comunicación hay que distinguir claramente el emisor (E) y el receptor (R) humanos, con toda su complejidad psíquica, biológica y físico-química que constituye en sí un proceso de intracomunicación, diferenciando en ambos sus actitudes y aptitudes activas y pasivas, genéticas y genómicas respecto al acto de comunicarse modificando un medio físico, medio al que llamaré "canal físico" para no confundir el medio con el instrumento emisor (IE) o receptor (IR), o con el soporte material (papel, película, cinta magnética, etc.) o, lo que es peor, con el mensaje cifrado (Mc) o descifrado (Md). Todos estos elementos de instrumentación y de soporte son necesarios para explicar la comunicación y tanto más cuanto mayor sea la distancia espacial o temporal entre emisor y receptor (los discos, libros, etc. eliminan el tiempo; el teléfono, la radio, televisión, etc., el espacio y el cine, por ejemplo, suprime hasta donde es posible la distancia espacial y la temporalidad). Esto depende, como es natural, de la calidad del soporte y de la precisión de los instrumentos emisores y receptores. El mensaje que puede codificarse y decodificarse es el objetivo principal del estudio comunicológico.

Difícilmente puede construirse un modelo de comunicación humana sin la referencia a una significación o a un valor que se da en la comunicación. Por eso puede decirse que la comunicación humana es comunicación de mensajes y no sólo proceso de comunicación, tal como puede darse en un ordenador o en un modelo matemático o lógico. Pero es incorrecto afirmar que todo mensaje es inmediatamente reconocible, lo que supondría eliminar en absoluto el arte y las formas emocionales más profundas e inmediatas de la convivencia. El mensaje puede referirse

a algo presente que se señala comunicativamente y se reconoce por su propia presencia señalada, pero puede también, y es el caso más frecuente, referirse denotativa y connotativamente a algo ausente que solamente puede ser reconocido por signos convencionales o naturales, icónicos o no icónicos, muy asimilados y frecuentes en una cultura determinada diacrónica y sincrónicamente o por un procedimiento mucho más complejo, pero también mucho más personalizado y humanizado de elaboración e invención de signos que, en cierto modo, hacen presente con sus connotaciones lo ausente denotado, en lo que consiste toda la razón del arte y de la expresividad humana.

El canal cultural, ámbito en el que emisor y receptor pueden entenderse, a pesar de las interferencias que los instrumentos producen en sus modificaciones del canal físico o que se introducen en éste parasitariamente, procedentes de otras fuentes energéticas y a pesar de la diversa constitución orgánica de los comunicadores, permite la homologación de la genética y genémica del mensaje y de su ciframiento y desciframiento, por conocimiento previo común del código y de su referencia a la realidad.

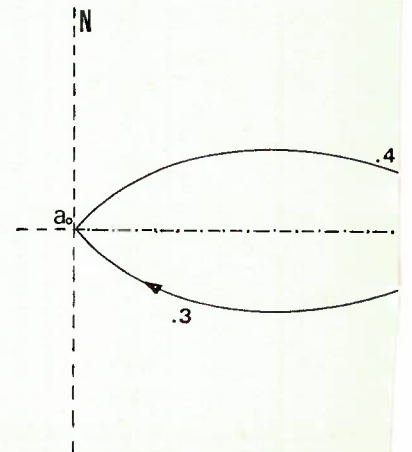
Pero yo entiendo por modelo, no un diagrama mostrativo, sino la presentación geométrica correcta demostrable del proceso de comunicación.

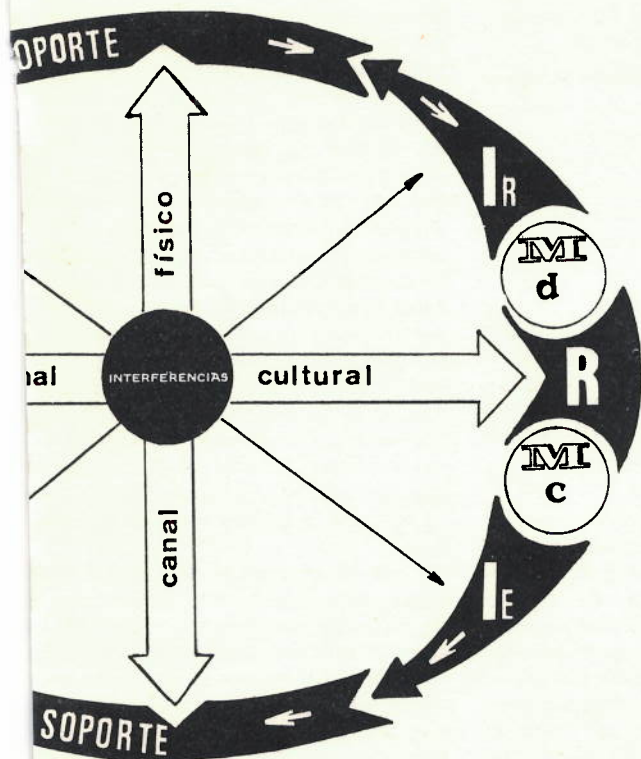
Si en el Teorema 4o. de Shannon establecemos para las secuencias cuantitativas de N bits un orden de probabilidad decreciente, no siendo q igual a 0 ni a 1, podemos interpretar $\log n(q)$ como el número de bits requerido para especificar una secuencia si tenemos sólo en cuenta las más probables dada la absoluta probabilidad de q . Así $\frac{\log n(q)}{N}$ es el número de bits necesario

para la especificación de la secuencia. Supone el teorema que, siendo grande N , resultará igual a H e independiente de q . En base a esto ha trazado un circuito entre $q = 1$ bit, y un punto a_0 de $N \rightarrow \infty = H$ con dos bucles que describen el camino del emisor y del receptor respectivamente, es un grafo fuertemente conexo y, por tanto, el modelo es homeostático. Este modelo sirve para explicar la información, en el sentido de asegurar la probabilidad razonable de que el mensaje se transmita y se comprenda.

Pero si se trata de un código expresivo, analógico, en el que q digital no tiene sentido, donde a no es un punto sino un campo topológico, la transmisión y comprensión razonablemente probable, sólo es posible introduciendo una variable (*Einfühlung*) que igualará N a H con tal de que se cumpla la ley de convergencia de Hilbert para los espacios topológicos, lo que queda representado en mi teorema que modifica para la expresión el 4o. de Shannon de la información y entropía. El grafo es también simétrico y fuertemente conexo y el modelo homeostático, pero, lejos de ser independiente de H para $N \rightarrow \infty$ determina y explica el camino del emisor al receptor a través de las posibilidades del campo semántico. Por estar condicionadas estas posibilidades por homologación natural entre los contenidos reales y la estructura del emisor y del receptor, he adoptado para esta variable el término *Einfühlung* (emopatía, simpatía, empatía) de las escuelas psicologista y gestáltica alemanas que con su teoría han abierto el camino a la comprensión de la connaturalidad del signo y a la homologación estructural entre los procesos inorgánicos, orgánicos y psíquicos.

De este modelo, que considero completo en cuanto a la relación de los elementos de la comunicación y sus in-





terrelaciones (la intencionalidad del emisor y los efectos psicosociales consiguientes en el receptor pertenecen a la propia naturaleza del ser humano en comunicación) se infieren inmediatamente las leyes que lo hacen válido epistemológicamente.

• de los procesos genéticos y genómico:

1. ley de **homologación**, representada en la semejanza de los bucles y justificada por la estructura intracomunicativa de los órganos sensoriales y de sus "extensiones", los instrumentos técnicos que amplían el umbral perceptivo;

2. ley de **homeóstasis**, representada por la conexión del circuito y justificada por la actitud tanto activa como pasiva del emisor y del receptor que constituye, en relación con el límite de N, el **feed-back** o retroalimentación y equilibrio del sistema;

3. ley de **horreóstasis**, representada por el camino ($a_k \dots a_1$), por el que, si se llega a cerrar el circuito A, no existiría comunicación posible entre E y R;

4. ley del **umbral** de emisión y percepción natural e instrumentada;

• del soporte:

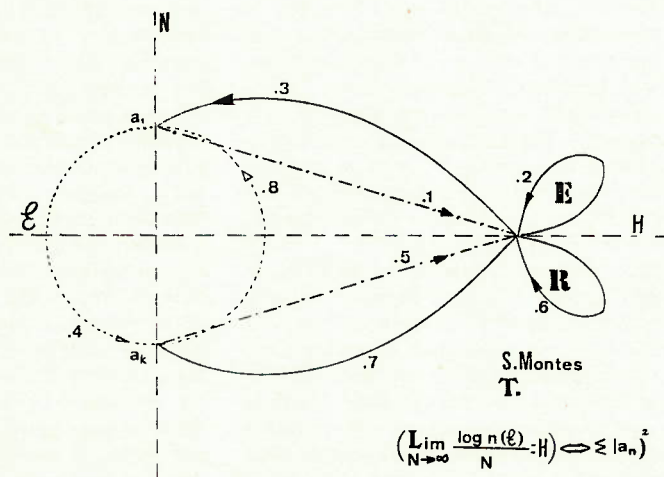
5. ley de **duración**, determinada por sus propiedades físico-químicas;

6. ley de **calidad**, determinada por la precisión con que el código se ha cifrado instrumentalmente y puede, también instrumentalmente y en la percepción, ser descifrado;

• del canal físico:

7. ley de **armonía**, porque sólo en proporcionalidad armónica puede energéticamente modificarse un soporte de modo que sus huellas puedan transmitir un mensaje y no sólo interferencias instrumentales y ruido;

8. ley de **no saturación**. Si el canal, como ha demostrado Shannon, no tie-



$$\left(\lim_{N \rightarrow \infty} \frac{\log n(\ell)}{N} : H \right) \Leftrightarrow \sum |a_n|^2$$

$$\frac{\log n(q)}{N} = H$$

ne alternancias, está saturado, no es posible la combinabilidad precisa para la elaboración de un código;

9. ley de **elasticidad**, que se complementa con la anterior. El canal físico ha de ser modificable para poder a su vez, modificar el soporte y transmitir las señales del código sin pérdida o gran deformación;

● del canal cultural:

10. ley de **corrección**, por neutralización habitual de los errores emitidos y de las interferencias ocasionales;

11. ley de **suplencia** de elementos no transmitidos, pero recuperables por el conocimiento, común a emisor y receptor, de la norma del código de transmisión;

● del mensaje:

12. ley de **economía** del inventario de señales y de su combinabilidad. No hay comunicación con ninguno o con infinitos elementos, ni siquiera con uno continuado e indivisible. Ha de haber fragmentación y multiplicidad, pero en el menor grado posible para que la recuperación de información sea eficaz y rápida. La entropía y la información son tanto mayores cuanto menor sea la probabilidad de un hecho, pero si se desea precisión, la entropía ha de reducirse al mínimo y la probabilidad al máximo. En el modelo se señala esta probabilidad expresiva por medio del camino ($a_1 \dots a_k$). En el modelo trazado a partir de Shannon se opera con la unidad bit ($a_0 \dots q$);

13. ley de **redundancia**, que complementa a la anterior para obtener una mayor probabilidad de exactitud en la información, pero que si no es económica relativamente puede negar la información misma;

14. ley de **situacionalidad**, de combinabilidad posicional de los elementos del código a los que se puede dar valor semántico en sí mismos, en sus posi-

ciones dentro de grupos binarios, terciarios, etc. de combinabilidad.

15. ley de **pertinencia**, según se admitan todas las combinaciones situacionales posibles dentro de cada nivel dual, terciario, etc., o sólo algunas combinaciones sean susceptibles no ya de su cobertura semántica lineal, sino de su valor significativo contextual o constelado por eliminación de la polisemia del campo semántico.

Tanto la entropía, bien como principio termodinámico de Clausius, bien como principio informacional de Shannon, como la endopatía (*Einfühlung*), no son leyes, sino variables que dependen cuantitativamente de las leyes y las posibilidades cualitativamente.

Tomando como ejemplo el lenguaje humano hablado se impone, para la construcción de un modelo válido, el conocimiento fisiológico del órgano glotal como fuente emisora de un tono fundamental y de las articulaciones de los armónicos buco-nasales que configuran el timbre de cada elemento fónico de la cadena melódica así como las posibilidades acústicas del órgano de Corti y de toda la estructura del oído humano, homóloga, pero no igual a la estructura orgánica emisora. La homeóstasis se dará en el diálogo y la homeóstasis en la incomunicación por interferencias o esoterismo. El umbral de dicción y de audición está condicionado por los órganos mismos en su capacidad real individual de intensidad, duración, tono y timbre. El soporte del sonido es el mismo canal físico modificado ondulatoriamente. Tanto su duración como su calidad depende del umbral y del aprendizaje de la dicción y la audición, siempre que la anatomía y fisiología del sistema nervioso permita la identificación del estímulo aferente y de la respuesta eferente con los datos del mundo externo, referencia de toda comunicación. La armonía se da en el

lenguaje articulado tímbrico, no en los ruidos. Si se dialoga lejos del ruido no habrá saturación. Inténtese, en cambio, hablar en medio de una fuente multitudinaria o estruendosa de sonido. El aire que conduce normalmente el sonido es elástico. Los sólidos y líquidos que intervienen en nuestra emisión y recepción de sonidos lo son también, en estado de salud. En cuanto al canal cultural el caso es aún más claro. No entendemos sólo porque pertenecemos al mismo grupo idiomático (o hemos aprendido el del interlocutor), sino, sobre todo, por pertenecer natural o habitualmente a una misma **ecumene** y a un mismo **habitat**, con las mismas claves de interpretación, por lo que corregimos y suplimos todo lo que es erróneo y lo que falta en el coloquio.

En cuanto al mensaje hablado, la economía está determinada por el reducido número de fonemas y las pocas combinabilidades posibles de ellos para configurar un monema, reducción aún mayor al pasar a la palabra o sintagma, a la oración y al contexto, como veremos más adelante. La redundancia la utilizamos constantemente al reducir nuestro uso de la lengua a fórmulas ya formadas y repetir las para llamar la atención del oyente. La situacionalidad es flexible pero limitada, porque no toda combinación de sonidos ni de unidades lingüísticas superiores es pertinente o relevante. Hay elementos y conjuntos que no significan nada o que sólo significan en determinados grupos y épocas culturales y sociales.

La entropía es mayor cuando lo que se dice es imprevisto informacionalmente, es noticia, o nuevo en la expresión y menor cuando se nos dice lo que estamos esperando que se nos diga.

La endopatía y simpatía facilitan la comprensión entre hablantes y, principalmente, la comprensión de la realidad por medio de sus signos naturales

THE UNIVERSITY OF CHICAGO

PHYSICS DEPARTMENT

PHYSICS 354

LECTURE 1

LECTURE 2

LECTURE 3

LECTURE 4

LECTURE 5

LECTURE 6

LECTURE 7

LECTURE 8

LECTURE 9

LECTURE 10

LA EXPANSION DEL QUECHUA

IBICO ROJAS

PRESENTACION

Ofrecemos en estas páginas una síntesis de la parte central de nuestro trabajo **Expansión del quechua: sus primeros contactos con el castellano** (Rojas, 1978). Nuestra intención, entonces y ahora, es la de examinar las postulaciones acerca del origen y expansión de aquella lengua, a la luz de múltiples aportes científicos, y proponer una nueva explicación sobre aquel fenómeno cultural que inquieta en la actualidad a muchos estudiosos de la sociedad andina prehispánica.

Afirmamos que la expansión del Quechua no se debió a motivaciones estrictamente económicas y a la acción de mercaderes pues la presencia misma de estos agentes económicos en el Perú precolombino es un hecho dubitable. A estos aspectos he-

mos dedicado buena parte de nuestra discusión desde diferentes perspectivas, pero creemos no haber agotado los temas.

En el primer apartado de nuestro trabajo, desde un punto de vista histórico, se resumen las versiones acerca del origen del Quechua y la tesis de Torero acerca de su expansión por acción de mercaderes. En el segundo capítulo revisamos las estructuras económico-sociales del mundo andino prehispánico para esclarecer algunos aspectos de régimen económico y la inexistencia de mercados. En el tercer capítulo enfocamos socio-lingüísticamente la comunicación en las transacciones comerciales y en los movimientos migratorios. Finalmente proponemos nuevos factores en la expansión del Quechua.

Una lengua tan importante en la sociedad andina antes y después de la conquista española, reclama mucho más esfuerzo que el nuestro para hacer posible la construcción de su historia social con mayor certidumbre. Ojalá que esto sea posible en un futuro cercano.

* Texto del trabajo presentado por el autor al Symposium sobre Lingüística Andina del XLIII Congreso Internacional de Americanistas celebrado en Vancouver (Canadá) en agosto de 1979.



1. RESUMEN HISTORICO

1.1. La versión tradicional

Circulaba como moneda corriente —y circula todavía—, entre legos y quechuistas, la idea de que el Quechua tuvo su centro originario en el Cusco. Los primeros estudiosos de esta lengua fueron, presuntamente, los que acuñaron tal aseveración, y los que le dieron tal nombre, como le dieron también a estos territorios: Perú. Porras (1952, IV) anota que el religioso sevillano Fray Domingo de Santo Tomás no sólo fue el primero en hacer una "Gramática" y un "Lexicón" o "Vocabulario" (1560) de la lengua general de los indios, sino también fue él quien la bautizó con el nombre de "quichua", vocablo que en dicha lengua sirve para denominar las zonas templadas de la Sierra, así como a quienes las habitan. La deducción parece sencilla: la estirpe quechua de los Incas habría hecho pensar a Fray Domingo que fueron ellos, también, los creadores de la lengua generalizada por todo su imperio. Consecuentemente, ésta debería ser la lengua Quechua, Qechwa o Kichwa (denominaciones usuales en los dialectos cusqueño, ancashino y huancaíno, respectivamente).

Los quechuistas imaginaron además que, por ser el Cusco el centro de irradiación imperial, la lengua quechua habría surgido allí como "muy buena, breve y de gran comprensión y abastada de muchos vocablos" (Cieza, 1880, 85). Los quechuahablantes cusqueños serían, por tanto, el modelo del buen hablar. Criterio centralista y metropolitano sustentado en el prestigio económico, social, político y religioso de la Corte Cusqueña.

El criollo Alonso de Huerta (1616) destaca que el Quechua del Cusco es "muy amplio y congruo" y que, por el contrario, en otros lugares "no se habla con la policía y congruidad que los incas hablan". Después de Huerta, otros religiosos que

aprendieron Quechua en la región nuclear del Imperio, como Juan Pérez Bocanegra, Fray Diego de Olmos, Pablo del Prado, y Juan Roxo Mejía y Ocón proclaman la "propiedad y pureza", "el modo de decir pulido de la ciudad del Cuzco que es el Atenas de esta tan amplia y general lengua que se llama quechua". Porras Barrenechea, en el prólogo a la nueva edición del **Vocabulario de la lengua general de todo el Perú llamada Lengua Quichua o del Inca**, concede igual reputación al Cusco. Esta es la "sede de la pureza lingüística", "es la metrópoli del buen decir quechua".

1.2. Enfoque discrepantes

En contraste a tales suposiciones, existe continuidad de información, desde Martín de Morúa (1590), Manuel Gonzales de la Rosa (1911), Dick Ibarra Grasso (1958), hasta Alfredo Torero, de que el Quechua procede de la Costa Central del Perú. Lo que no tocan los primeros es la cronología y los hechos sociales que propiciaron su expansión, mérito que corresponde a Torero por haber hecho de estos aspectos sociales del lenguaje su objeto de investigación.

Morúa sólo da noticia de lo que a su vez le han relatado sus informantes. En realidad, la primera gran intuición acerca de la procedencia del Quechua —contraria a la corriente imperante— fue la de Manuel Gonzales de la Rosa. Su espíritu iconoclasta lo lleva a demandar que "Todo hay que reformar en la historia del Perú". Con relación al Quechua, primero observa que la **Runasimi** es llamada por los propios españoles "lengua general o del Inga por hablarse en la mayor parte de los pueblos" y por eso mismo fue la que "primero aprendieron los conquistadores". Fray Domingo de Santo Tomás, quien vino al Perú "en el primer equipo de frailes dominicos que trajo Fray Vicente de Valverde en 1538 (Porras, 1963, 25), aprendió la **Runasimi** en la Costa Central y no en el

Cusco. En esta lengua predicó a los nativos desde Lima hasta Cañete, y en 1560 publicó en Valladolid su **Gramática o Arte de la lengua general de los indios de los Reynos del Perú**. Ese mismo año daba a luz su **Lexicón o Vocabulario de la lengua general del Perú llamada quichua**.

Gonzales de la Rosa recurre también a la toponimia de esta región costeña

"Pachacámac (que es como se ha dicho en la costa, en vez de Pachacamác), Chíncha que no es sino una variante de **Sínchi** (caudillo, fuerte), Púnchauca (que viene de **Púnchau** y **ca más auca**), Mamacona (nombre de una hacienda que viene de **Mama-cuna**, las madres o superiores de la casa de las hijas del Sol), Lima-Rímac, Lima-tambo (casa o palacio de Lima, del oráculo. . .)".

Luego, en rigor de un análisis muy lógico y de un criterio de lealtad a la lengua, señala que

"la conquista de los modernísimos incas, que no duraron más de dos siglos y medio, en todo caso menos de tres [. . .] era muy reciente en la costa, y no podía haber cambiado de un día a otro la lengua predominante y si se hablaba con otra pronunciación, era porque así se pronunciaba desde hace muchos siglos, antes de la existencia de los incas".

Finalmente, sobre la base de estas muestras que ilustran la vigencia de la **Runasimi** en la región costeña central, Gonzales de la Rosa postula el origen costeño del Quechua en términos categóricos:

"El quechua parte de la costa en tiempos prehistóricos o preincaicos, de hacia Lima y no del Cuzco. Hubo allí en esos tiempos, una capital como hoy, que podría ser la vecina Pachacama, que atraía peregrinos de trescientas leguas a la redonda, como dicen los historiadores primitivos, o la gran Chíncha, tan célebre en la antigüedad, por no hablar de Nazca, cuna de la

primera civilización, según el Dr. Max Uhle, pero en todo caso nos hallamos en la costa central, en el origen de una lengua costeña, que antes se creía nacida en el Cuzco".

El mismo Padre Cobo anota el dominio del Quechua en la Costa Central, y reconoce dos dialectos de la misma lengua: uno al Norte y otro al Sur de Lima. Ibarra (1958), coincidente con él, afirma que el Quechua se extendió desde la Costa Central hacia el Norte en su forma Yúngay, y hacia el Sur en su forma Chínchay (derivado de Chíncha).

En una entrega desacostumbrada entre los lingüistas peruanos, y compatible sólo con vocaciones profundas, Torero se impuso la enorme tarea de ahondar la investigación sobre la procedencia del Quechua. Acopió material lingüístico e información extraída de fuentes escritas en los siglos XVI y XVII. Sus estudios de geografía lingüística y glotocronológicos, con el auxilio de la arqueología, lo llevaron a confirmar científicamente el origen costeño del Quechua, y a postular una cronología de su expansión como lengua general, por el territorio del antiguo Perú. Termina, de este modo, con la secular creencia del origen cusqueño y, por otro lado, enriquece el panorama de la lingüística en el Perú al explicar la expansión del Quechua en una perspectiva económica y social. Dando por sentado que toda expansión cultural se mueve al impulso de intereses económicos, Torero desarrolla la historia social del Quechua sobre la base de relaciones comerciales interregionales de la Costa, Sierra y Selva. Estas relaciones, a su vez, están determinadas por las diferentes situaciones ecológicas de los pueblos andinos y por la producción de excedentes. Así, por ejemplo, a principios de nuestra era, Moche, Lima y Nazca fueron valles muy ricos cuyas poblaciones ejercieron influencia religiosa en áreas extensas. Sobre la base de intercambio de sus excedentes, perfeccio-

naron luego las técnicas de navegación y la metalistería. Fueron núcleos de atracción humana e irradiación cultural, puntos importantes para el intercambio económico con otros pueblos costaneros y con los del interior.

Entrelazados a una intensa actividad comercial —según Torero— se habría difundido el Quechua y otras lenguas desde sus formas más arcaicas, a principios de la era cristiana. En el Norte, el **proto-culle** se difundiría entre Moche y Cajamarca debido a una posible vinculación comercial entre ambos reinos; y desde la Costa Sur se expandió el **proto-aru** hacia la región de Huancavelica y Ayacucho. La misma lengua —dice Torero— fue llevada, por la actividad comercial, a alcanzar una nueva área de expansión hasta el Altiplano collavino. Igualmente, Torero señala que la extensión inicial del **proto-quechua** abarcó la Costa y Sierra Centrales: Norte de Lima, Ancash, Huánuco, Pasco y Junín.

El fortalecimiento económico posterior del reino de Pachacámac y de los curacazgos circundantes del Rímac, Lurín y Chillón, impulsó —junto con su comercio— la difusión del Quechua en una zona más extensa. Favorecidos estos valles, por la fertilidad y su ubicación estratégica en la Costa Central; y por influjo Huari, acentuaron su predominio a fines del primer milenio D.C. El Quechua que

“se hallaba ya bastante difundido por la costa y sierra centrales y ya diversificado en variedades de los llanos y variedades de las tierras altas, empezó a penetrar en la costa norteña (hasta Chicama) —y quizá igualmente en la sierra del norte (hasta Cajamarca)— y en la costa sur (hasta Ica). En el norte, las variedades costeñas habrían de desarrollarse bajo la forma de quechua Yúngay, y en el sur bajo la del quechua Chínchay”.

La expansión Huari, a fines del primer milenio

por los Andes Centrales, determinaría la decadencia de los reinos Pachacámac y Viñaque, y el surgimiento de nuevas y pujantes ciudades como Chan Chan, Chancay y Chíncha. Aproximadamente en el siglo XIII, el reino Chíncha se constituyó en el más próspero de la Costa peruana. El poderío de los chinchas —sostiene Torero— daría un nuevo impulso a la expansión del Quechua desde el Collao hasta Quito, movilizándolo más de seis mil mercaderes por tierra y por mar. Postulación sustentada en un documento anónimo analizado y publicado por María Rostworowski (1970).

La extensa vigencia del quechua indujo a Huaina Capac a “adoptarlo como lengua del Imperio Cusqueño; la lengua desplazada en esta función —afirma Torero (1977, 141)—, después de haber servido como idioma imperial durante los reinados de Pachacútec y Túpac Yupanqui, fue sin duda la Aymara”.

Hasta aquí hemos tratado de resumir —con todos los riesgos que ello implica— las expansiones del Quechua, postuladas coherentemente por Torero (1970, 1974), sobre la base de las relaciones económicas. Ahora queremos detenernos para formular algunas observaciones histórico-sociales y sociolingüísticas, sobre la naturaleza y la validez de tales relaciones en la expansión de una lengua, en sociedades como las que se desarrollaron en el Perú prehispánico.

2. ESTRUCTURAS ECONOMICO-SOCIALES PREHISPANICAS

Las condiciones ecológicas que favorecieron el desarrollo de las culturas costeñas —en opinión de Torero (1974,75)—, habrían determinado que el comercio fuese

“más ventajoso a los yungas que a las gentes del interior: los costeños daban sobre todo sal, alimentos marinos y agrícolas contra metales (oro, plata, cobre) cuya extracción exigía indudablemente mayor cantidad de trabajo... En una situación social tal la sierra perdía no sólo excedentes por este comercio desigual, sino directamente fuerza humana por las gentes que migraban a la costa, temporal o definitivamente, para buscar allí subsistencias, ofreciéndose como trabajadores en las condiciones que les pusieran los yungas”.

2.1 Organización social e intercambio económico

En primer término queremos hacer notar lo siguiente: Una apreciación tan generalizada sobre el movimiento migratorio interregional, nos hace pensar en una sociedad andina con estructuras económico-sociales homogéneas, en las zonas altas así como en los llanos costeños, es decir, en las distintas áreas geográficas y espacios temporales. Sin embargo, entre etnohistoriadores y arqueólogos se admite sin reservas la existencia de diferentes formaciones sociales.

En los primeros quince siglos de nuestra era, que es el período que nos interesa, los desarrollos alcanzados por los pueblos andinos son significativamente diferentes en lo que los arqueólogos llaman el Horizonte Temprano, el Intermedio Temprano, el Horizonte Medio, el Intermedio Tardío y el Horizonte Tardío.

Podemos puntualizar, entonces, que las prácticas

económicas y religiosas de reinos teocráticos como el Mochica, Lima y Nazca fueron diferentes a las de estados militaristas como Huari, Chimú y Chíncha. En consecuencia, una generalización sobre movimientos migratorios unidireccionales en el mundo andino prehispánico puede ser precipitada y, al mismo tiempo, distorsionar el análisis, como veremos mas adelante.

2.2. ¿Trueque o comercio?

El enjuiciamiento, con respecto a los desniveles del trueque, a nuestro parecer, corresponde a criterios analíticos aplicables a sociedades capitalistas, en las que el trabajo asalariado crea mercancías cuya plusvalía se constituye en la base de acumulación de capital. Creemos que éste no fue el caso en los pueblos que surgieron en la Costa peruana a principios de nuestra era. En culturas ágrafas y no pecuniarias el intercambio de excedentes tiene su manifestación fundamental en la distribución de productos en función de parentesco y filiación étnica. El trueque, por otro lado, se sustentaría en la necesidad de complementar la alimentación con productos de diferentes ecológicas, o en la de intercambiar otros artefactos culturales. El trueque, en su primera expresión, viene a ser la forma más elemental de cambiar unos excedentes por otros, esto es, objetos creados como bienes pero no como mercancías. El trueque no es una práctica comercial para acumulación de valores con respecto al dinero, sino un intercambio para el aprovechamiento de productos creados con valor de uso.

Desde un punto de vista psicológico, el trueque se halla “en la base de la naturaleza humana” y podría formularse en la frase siguiente: “Yo te doy una cosa que me es superflua, pero que te puede ser útil a ti, para que tú puedas darme una cosa que me es útil y que en estos momentos te es superflua” (Alvarez, 1969, 101). Por tanto, cualquier objeto es intercambiable por cualquier otro.

Se puede intercambiar hachas por pieles; o miel y pieles por aceite y vino, según una antiquísima práctica entre escitas y griegos; o también sal y mariscos por oro; o conchas y mullos por cobre, en las relaciones de economía complementaria entre los pueblos andinos de la Costa y de la Sierra. En estos términos, a los objetos intercambiables sólo se les asigna un valor utilitario.

En las sociedades andinas prehispánicas los metales y piedras preciosas sólo tuvieron un uso artístico con valor ornamental o mágico. El sabio Julio C. Tello, coincidiendo con el cronista Garcilaso, sostiene que

“El oro transformado en obra de arte por el indio tenía valor por la excelencia de la materia o por la excelencia de la materia o por la excelencia de la obra. Por eso fue, ante todo, un objeto sagrado o ceremonial; una ofrenda para los dioses o para los antecesores; de ahí su acumulación en los templos, en todos los lugares sagrados y en las tumbas de sus progenitores” (Tello, 1933).

El oro, la plata y las piedras preciosas no fueron estimadas por hacienda ni tesoro. Eran objetos para “presentes” y “no de tributo forzoso”.

De acuerdo a la caracterización de la economía incaica como autosuficiente, recíproca y redistributiva (Murra, 1956; Polanyi, 1957; Wachtel, 1971; Schaedel, 1977), y la tesis del modo de producción asiático (Olivera y Nahmad, 1970; Godelier, 1971; Golte, 1974; Espinoza, 1977 y 1978), resultan incompatibles la práctica del comercio —entendido este término en su sentido técnico— y la existencia de mercaderes en la época incaica. Desde esta perspectiva, la presencia de seis mil mercaderes especializados, en Chincha, considerados por María Rostworowski (1970) como rezagos de una práctica preincaica, se podría conjeturar más bien como un producto de la Colonia pues su presencia se registra en un docu-

mento anónimo redactado entre 1570 y 1575. Aquí, también, después de un considerable proceso de aculturación.

Mayer admite “el rápido surgimiento de comerciantes casi de la noche a la mañana, así como de mercados y comercio interno, en los primeros años del régimen español [...] debido precisamente al debilitamiento del sistema redistributivo” (Mayer, 1969, 42-43), a consecuencia del sistema de explotación impuesto por los peninsulares.

2.3. El intercambio económico en los lexicones

Sin pretender agotar, con estas anotaciones, discusión tan compleja como la existencia de mercaderes especializados o no, debemos tocar otro punto conexo. El hecho de que los primeros diccionarios Aymara y Quechua registraran vocablos relativos al comercio y a mercaderes, debe considerarse con sumo cuidado: a) porque los autores de los diccionarios aludidos fueron extranjeros, que aprendieron Quechua y Aymara como segundas lenguas. El Inca Garcilaso, en repetidas ocasiones, cuestiona el dominio de los españoles sobre tales lenguas. Muchas veces los españoles asignaron significado a vocablos quechuas a partir de una analogía, de una situación contextual, o de una aparente equivalencia entre referentes europeos y nativos; b) porque el diccionario quechua de Fray Domingo de Santo Tomás fue publicado en 1560 y el de Aymara, de Ludovico Bertonio, en 1612. Aun cuando estas obras hubieran sido preparadas con algunos años de anticipación, no puede dejarse de señalar que ya había mediado un intenso período de aculturación, desde los inicios de la Conquista; c) porque los autores de los diccionarios, al igual que los cronistas y los autores de relaciones, usaron como equivalentes los términos “trocar, rescatar y comprar”. En el diccionario de Bertonio se lee:



"Taha: cualquier cosa que se da a rescatar o comprar comida, o otra cosa"

"Tha caura, Tonco, Collque, Coca, etc.: cosas que se llevan para trocar, rescatar o comprar o otras"

"Quellaya: mercader que vende mucho, grande rescatador o gatera"

En la parte Quechua-Castellano del Vocabulario anónimo de la lengua Quichua, editado en 1586, se registra los siguientes vocablos:

"Catu, mercado, feria"

"Catuni, catucuni, vender en el mercado"

"Ranti, sustituto, lugarteniente, legado"

"Ranticuni, trocarse alguna cosa una con otra o suceder alguno en el cargo de otro, pegarse enfermedad el uno al otro"

"Rantini, trocar, cambiar y de ay se toma por vender y comprar"

En los diccionarios de Quechua editados por el Ministerio de Educación (1976), "Ranti" conserva

su significado de "cambiar, remplazar, sustituir". Si el autor anónimo del Vocabulario de 1586 estuvo en lo cierto, "de ay se toma" por analogía para significar también "comprar, vender, mercader". Esto explicaría el por qué los españoles usaron indiscriminadamente los términos "trocar, cambiar, rescatar, comprar, vender", para referirse a todo acto de intercambio. Así se confunde lo que es un trueque con un acto comercial de compra-venta, esto es, dar dinero por una mercancía o viceversa.

3. ASPECTOS SOCIOLINGÜÍSTICOS

3.1. El intercambio económico y el uso de la lengua

En cuanto al supuesto de que las transacciones económicas pudieran haberse constituido en situaciones favorables para la expansión del Quechua, nos parece pertinente hacer algunas observaciones sociolingüísticas:

i) En nuestra búsqueda de información, no hemos encontrado ningún caso que sirviera para corroborar el fenómeno de expansión de una lengua por acción de mercaderes. Al parecer no ha habido pueblos eminentemente comerciantes que hayan difundido su lengua a la par que sus mercaderías. Los fenicios comerciaron con todo el mundo conocido de entonces, pero su lengua no alcanzó la misma área de uso. Los visigodos, desde la pe-

nínsula hispánica, desplegaron una intensa actividad comercial por el Mediterráneo. Llegaban a Marsella y Roma con cargamentos de trigo pero su lengua no quedó en las costas visitadas por ellos, lo cual indica que aquellos pueblos no usaron su lengua, o no la impusieron, como medio de relación.

ii) En las relaciones comerciales entre personas de lenguas diferentes, la práctica difundida hasta hoy es que el mercader o el forastero aprende la lengua de la comunidad a la que llega. Si por intereses personales o por simple curiosidad, los naturales quieren usar como lengua de relación la del forastero, el aprendizaje, en muchos casos, no pasaría de un lenguaje básico que les permitiera realizar sus operaciones económicas. Con una motivación de este tipo, el aprendizaje del Quechua como segunda lengua no habría alcanzado una dimensión social considerable por cuanto al trueque o comercio no fue una actividad masiva, en época prehispánica.

iii) Una serie de referencias históricas y antropológicas confirman, por el contrario, que una relación comercial no es una situación motivadora para aprender una segunda lengua. En las sociedades contemporáneas, complejas y altamente sofisticadas, el lenguaje es relegado a un segundo plano, en las operaciones de compra-venta que se realizan en tiendas y mercados. Tal vez sólo sean necesarias unas frases de cortesía y unas preguntas breves sobre la ubicación, calidad y precio de los artículos. Por cierto que no ocurre lo mismo en las grandes operaciones financieras de empresas transnacionales. Pero en este caso volveríamos a nuestra observación anterior. En las sociedades ágrafas, precapitalistas, el empleo del lenguaje, particularmente de una segunda lengua, en el intercambio de productos, fue menos urgente. El padre Bernabé Cobo refiere un caso muy ilustrativo que recoge Mayer (1969, 28). Una transac-

ción entre dos mujeres, en la que "ninguna palabra es dicha durante toda la transacción".

El "comercio en silencio" es una actividad muy generalizada entre sociedades precapitalistas. Hoyt sostiene que "se trataba de eludir de este modo las dificultades con que tropezaban para poder entenderse pueblos de lenguas distintas".

3.2. Movimientos económico-sociales y la expansión de una lengua

En otra parte de su obra, Torero (1974) señala que los pueblos andinos practicaron cuatro modos de corrección del desequilibrio de la complementación económica multirregional. Desequilibrio determinado por las condiciones diferentes de los pisos ecológicos, de los microclimas. Vamos a considerar estos cuatro fenómenos económico-sociales en la medida en que podrían ser mecanismos de difusión de una lengua.

En el primer modo, considera dos tipos de actividad económica: "a) el trueque directo a distancias relativamente breves" que aun se practican en muchos lugares de la Sierra, y "b) el comercio a gran escala de productos de zonas muy distintas: era desarrollado por mercaderes especialistas, en los mercados o ferias o quizás más directamente con los centros ceremoniales o los palacios de los reyes".

Un segundo modo "fue el envío de colonias" para obtener los recursos deseados "en provecho de sus pueblos de origen o, más propiamente, de los señores de ellos". "Un tercer modo era una especie de hermanación de diferentes pueblos en los planos económico, social (emparentamiento) e ideológico (intercambio de divinidades)", práctica que se recuerda todavía en muchos pueblos andinos. "Ciertos ayllus —dice Tello (1937, 100)— mantienen aún fiestas, que no son sino reminiscencias de antiguas ceremonias, relacionadas con las actividades sociales del ayllu, las que se reali-

zan en las casas de viejas aldeas. También los comuneros de hoy conservan todavía el recuerdo de los ayllus *waris* o autóctonos y de los *llakwas* o advenedizos; y llaman *marka* a la patria del autóctono y *llakta* a las del advenedizo". Por último, en cuarto modo era: "a) el saqueo o pillaje ocasional que podía convertirse en b) un dominio más o menos duradero de los territorios conquistados".

Desde un punto de vista sociolingüístico, ya hemos sugerido que el intercambio de bienes mediante el trueque o el comercio constituyen motivaciones muy débiles para la práctica del lenguaje menos para el aprendizaje de una segunda lengua. En el tercer modo —la complementación económica estrechada por factores sociales e ideológicos— parece ser que las condiciones son mejores para la práctica de una lengua común pues una complementación ideológica reclama como prerrequisito la compartición de sistemas simbólicos, un cuando, lingüísticamente, fuera a través de la traducción. Pero, cuántos casos de "hermanación" se habrían producido entre ayllus quechuahablantes y ayllus de otra lengua. Si fueron muchos, esos fenómenos sociales se habrían convertido en los mecanismos más eficaces para la expansión del quechua, dejando de lado la actividad comercial como difusora de esta lengua.

En relación al segundo y cuarto modo correctivos, las posibilidades de constituirse por sí solos en movimientos expansivos de una lengua son mínimas, como se puede ver en los trabajos de Holmström (1937, 433) y Robert Redfield (1959).

3.3. Los factores de expansión lingüística

Todas estas observaciones, en un primer momento, nos llevan a concluir que las transacciones económicas no son situaciones condicionantes para la difusión de una lengua. El distinguido lingüista A. Torero inclusive, registra esta limitación:

"De cualquier manera —dice—, hacia el siglo XV o XVI, los lupacas aymarahablantes no habían sido lo suficientemente poderosos para imponer su dominio total —y su idioma— con los pueblos que se conectaban económicamente. Siglos antes, Tiahuanaco sí lo había logrado gracias a la puesta en tensión de sus recursos naturales, humanos y técnicos, y de una doctrina religiosa de elevada congruencia" (Torero, 1974, 109).

Creemos que aquí se anota con precisión los móviles que pueden favorecer la difusión de una lengua, por encima de los intereses económicos y de sus agentes que siempre acompañan a toda expansión cultural. Por todo esto, estimamos que es necesario replantear los aspectos sociolingüísticos de la expansión del Quechua. Hay que establecer metodológicamente las actitudes, los móviles, los mecanismos y los agentes idóneos que habrían hecho del Quechua la lengua general de los pueblos andinos, fin al que no se puede llegar sino a través de un estudio detallado de la realidad económica y social de nuestros pueblos prehispánicos.

Cuando el móvil de una expansión es religioso, científico y/o político, además de económico, el lenguaje es el instrumento fundamental de penetración. La religión, la ciencia y la política son campos de creatividad ideológica cuyas manifestaciones encuentran su cauce más apropiado en el lenguaje. A través de él se expresan o se formalizan los cuadros conceptuales de aquellas actividades sociales. Desde esta perspectiva, el lenguaje es un producto social e histórico, es decir, una parte de la realidad como son los otros productos materiales creados por el hombre. Pero; además, posee la peculiaridad de reflejar otras partes de la realidad y sus relaciones. El lenguaje es, en última instancia, un elemento mediador entre la realidad y la creatividad mental del hombre. Es usado individualmente como instru-

mento de interacción según las regulaciones sociales.

En estos términos, la expansión de una lengua la concebimos relacionada generalmente con asuntos religiosos, científicos, políticos y éticos. Son estos asuntos ideológicos, en especial el religioso, los que tenemos que observar con detenimiento. Sobre todo cuando están referidos a una sociedad precapitalista, donde la religión gravita en el comportamiento individual, y en la organización económico-social. La religión en aquellas sociedades adquiere una significación totalizadora. Nada escapa a la ideología religiosa.

Nos parece justo pensar que un reino teocrático, como fue el de Lima, aparte de difundir los elementos materiales de su cultura, debió haber difundido su lengua en íntima ligazón con su actividad religiosa.

El reino de Lima se desarrolló en los primeros nueve siglos de nuestra era, en el valle más extenso y productivo de la Costa central. Sus condiciones ecológicas le permitieron alcanzar una gran producción agrícola y marítima. Su prestigio, sin embargo, era igual o mayor en el ámbito religioso. Sus santuarios y oráculos en el Rímac, Maranga y Pachacámac gozaron de fama que trascendió los lindes señoriales. Hay testimonios históricos que revelan la dimensión de la influencia del dios Pachacámac, dios ordenador y no "creador universal" como se ha repetido tantas veces desde la distorsión semántica del término **Pachacámac** por los doctri-nantes españoles.

El reino de Lima no escaparía a la característica común de las sociedades ágrafas. Habría sido una civilización oral, "en la que la palabra lo puede todo, civilización de la fórmula, del secreto, de la magia" (Gusdorf, 1971, 89). Aquí, los adivinadores, en ejercicio de la facultad que les confieren los espíritus, alcanzan fama, según Mair, dando respuestas que satisfagan psicológicamente a los con-

sultantes. Son grandes manipuladores de la información de lo ultraterrestre, develadores de los misterios de la naturaleza y de la voluntad de los dioses. Pero toda esta información la proporcionan a base de "deducciones inteligentes" a partir del "aspecto y comportamiento" de los consultantes; "esto es cuestión de habilidad profesional más que diagnóstico" (Mair, 1965, 286).

4. LA EXPANSION DEL QUECHUA

Se puede postular, entonces, que la expansión inicial del Quechua, desde los reinos teocráticos de la Costa central del Perú, estuvo íntimamente vinculada al aspecto religioso pues, siendo la religión un objeto semiótico en su práctica ritual, en su aspecto teórico es un complejo sistema de signos elaborado lingüísticamente. Esto es, mediante una sintaxis, semántica, pragmática y fonología. Lógicamente, para un sistema tal, no encontraríamos un medio de expresión más adecuado que el lenguaje mismo. La influencia de Pachacámac y de los oráculos estarían entonces sustentados en la lengua de estos señoríos.

Las culturas ágrafas, por no disponer de otro sistema de comunicación mediador, tan eficiente como la escritura, recurrieron a la comunicación directa, a diálogo frente a frente, situación en la que, normalmente, se usa la misma lengua. La consulta directa a los oráculos limeños, a nuestro parecer, sí podría haber sido una práctica religiosa propicia para el aprendizaje del Quechua. En ella confluían una motivación de primer orden y una predisposición o actitud colectiva favorable. En un clima de paz, los consultantes de lenguas extranjeras habrían tenido que aprenderla ineludiblemente, ante la inexistencia de traductores.



En un trabajo anterior (Rojas, 1976), intentando una generalización acerca de los mecanismos sociales que podrían determinar el contacto de culturas y de lenguas, sosteníamos que éstos podrían ser a) las invasiones por conquista, y b) los movimientos migratorios pacíficos. Incluyendo dentro de estos últimos, los desplazamientos individuales y los masivos, como fueron en el incario los mitimaes; en años más recientes, las inmigraciones negras, chinas, japonesas; y son ahora, los desplazamientos del campo, de la Sierra, a la periferia de las grandes ciudades costeñas.

Los grupos sociales procedentes de China, Japón y de áreas quechuófonas y aymarahablantes, se han visto precisados a aprender Castellano para participar, de alguna manera, en la vida activa de la comunidad hispanohablante y reservar su lengua materna para su comunicación familiar intragrupal.

Otro caso se advierte cuando la expansión de una cultura se decreta por acciones de ocupación militar. Los elementos de la cultura espiritual, la ideo-

logía de los vencedores es impuesta drásticamente a través de su propia lengua a fin de consolidar la conquista. Así lo habían hecho los estados militaristas de Pachacámac, Chancay y Chíncha. Cieza y Garcilaso nos dicen que los señores de estos reinos contaban con ejércitos muy numerosos y fueron temidos por los pueblos serranos hasta la provincia Colla. Estas conquistas pudieron haber sido los mecanismos de expansión masiva del Quechua, por la vía de la imposición violenta. De esta manera, los chinchanos también pudieron haber conseguido gran parte de los metales que necesitaron para sus herramientas y ornamentos.

Los incas, en su momento, impusieron el culto al Sol y la práctica del Quechua como lengua de relación. Los curacas y "los principales" de cada señorío conquistado —según Garcilaso (1909, Tomo I, 236)— eran trasladados al Cusco para que aprendieran "la propiedad de la lengua" imperial en el ambiente cortesano. Para acelerar la quechuización, también enviaron amautas del Cusco a los pueblos sometidos, para "que enseñasen a los comarcanos las leyes, ritos y la lengua general del reino" (Garcilaso, 1609, Tomo I, 237).

Los españoles emplearon otro tipo de agentes y otros mecanismos para la conquista ideológica. Los doctrinantes aprendieron Quechua para penetrar "el alma de los nativos" con la misma lengua de éstos. En esta forma,

"el Quechua, que en más de un milenio de progresión por Sudamérica eliminó a varios idiomas nativos, ha ido siendo a su vez desplazado de amplias regiones por el Castellano en el transcurso de los cuatro últimos siglos, particularmente de todo el litoral del Pacífico" (Torero, 1974, 9).

Tanto en casos de desplazamiento grupales como en los de invasiones por conquista, el contacto de culturas y la difusión de una lengua, es masivo. Contrasta con lo que acontece en otros casos, en los

que la difusión es relativamente lenta, sobre la base de individuos o pequeños grupos.

Los elementos de una cultura extranjera transportados por mercaderes, técnicos o artesanos, por lo general se manifiestan en una transferencia de elementos léxicos, fonológicos y/o sintácticos, a la lengua recipientaria. Esto es, en calidad de interferencias, sin llegar a un bilingüismo y menos a la sustitución de la lengua nativa.

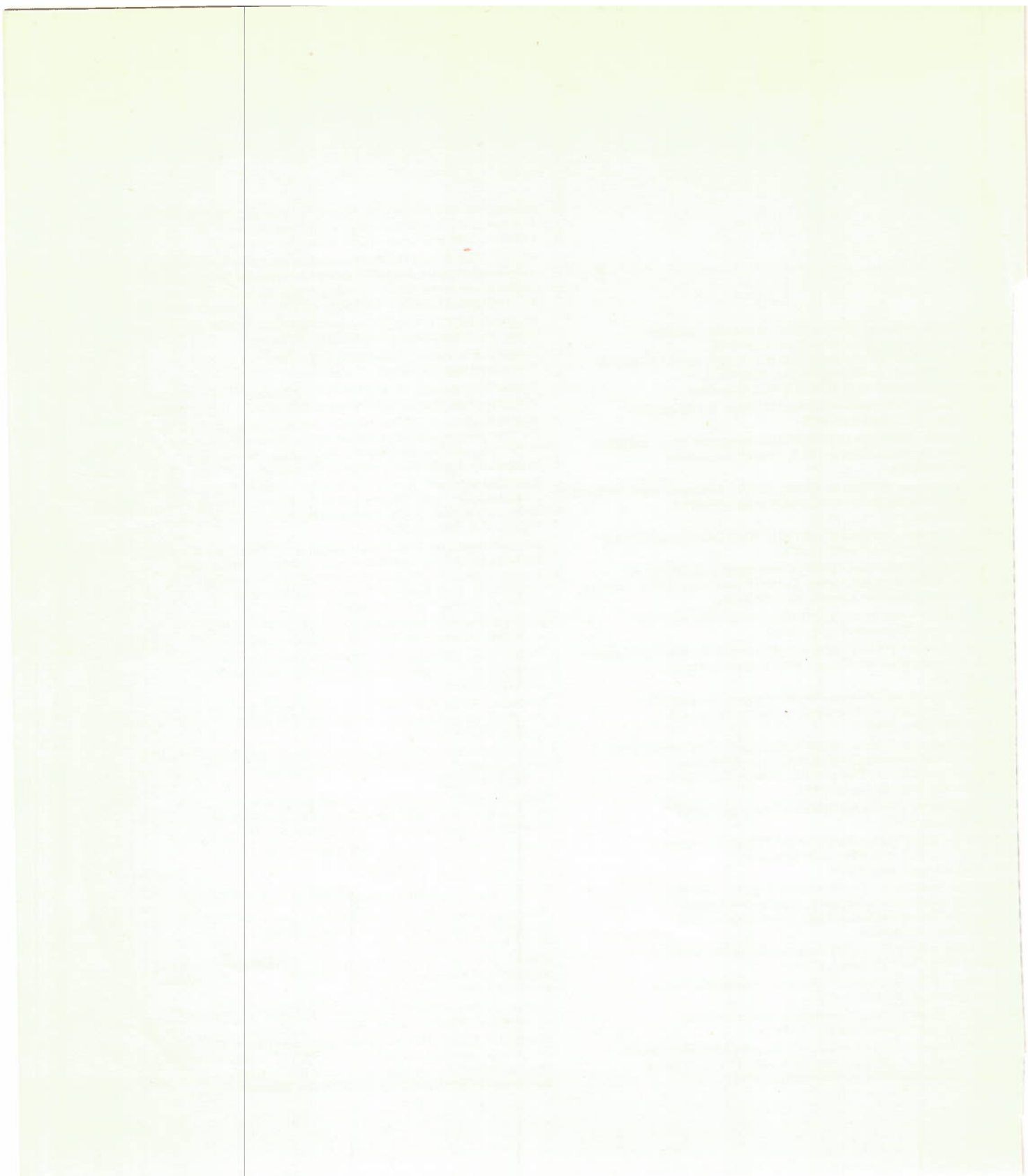
En síntesis, suponemos que la difusión del Quechua, durante la mayor parte del primer milenio de nuestra era, fue motivada por la religión, por el prestigio de los oráculos de los valles del Rímac y Lurín. Según el relato de Cieza (1533, 372), a ellos habrían llegado consultantes de distintos y alejados pueblos andinos. Por tierra y por mar habrían convergido aquí peregrinaciones numerosas, que participaban en ceremonias colectivas.

Entre el siglo IX y el primer tercio del siglo XVI, los estados militaristas de Pachacámac, Chancay, Chíncha, y finalmente del imperio Inca, habrían profundizado y ampliado la expansión del Quechua siguiendo la dirección de sus conquistas militares, y utilizando los agentes que ya hemos señalado.

Si esta postulación hipotética no fuese confirmada, sino más bien la que plantea que el Quechua se difundió por motivaciones estrictamente económicas y por acción de mercaderes, estaríamos frente a un caso singular. Un pueblo que con su producción económica y la acción de sus "mercaderes especializados" habría difundido su lengua, violando los condicionamientos psicolingüísticos de la comunicación. Esto es, que habría impuesto su lengua, por la vía de los negocios, a una población que bordeaba los diez millones de habitantes. Un hecho, al parecer, sin paralelos históricos. Nosotros creemos que los mercaderes pueden ser grandes difusores de expresiones materiales de cultura, pero sólo en grado muy bajo de expresiones ideológicas como las religiosas, políticas, y filosóficas en forma de lenguaje.

BIBLIOGRAFIA

- Alvarez Villar, Alfonso (1969) *Psicología de los pueblos primitivos*. Editorial Biblioteca Nueva. Madrid.
- Anónimo (1586) *Vocabulario y Phrasis en la Lengua General de los indios del Perú, llamada Quichua*. Edición del Instituto de Historia de la U.N.M.S.M. Lima, 1961.
- Cieza de León, Pedro de *La crónica del Perú*. En Riverend Brusone, ed., s.f., págs. 127-497.
- Cieza de León, Pedro de (1880) *El señorío de los Incas*. Instituto de Estudios Peruanos. Lima, 1967. Con introducción de Carlos Aranibar.
- Espinoza Soriano, Waldemar. Comp. (1978) *Los modos de producción en el imperio de los incas*. Editorial Mantaro-Grafital Editores. Lima.
- Espinoza Soriano, Waldemar (1978a) "Nota introductoria". En Espinoza Soriano, W., Comp. (1978).
- Garcilaso de la Vega, Inca (1609) *Comentarios Reales de los Incas*. 2 t., Biblioteca Ayacucho, Sucre (Venezuela), 1976. Prólogo, edición y cronología de Aurelio Miró Quesada.
- Garcilaso de la Vega, Inca (1617) *Historia General del Perú* (3 t.). Editorial Universo. Lima, 1970.
- Godelier, Maurice (1971) "El concepto de Formación Económica y Social: El ejemplo de los Incas". En *La Pensée*, París, 1971, n. 159.
- González de la Rosa, Manuel (1911) "Origen costeño del quechua". En *Ilustración Peruana*, Lima 26 de julio de 1911, n. 95, págs. 1208-9.
- González Holguín, Diego (1608) *Vocabulario de la lengua general de todo el Perú llamada Lengua Quichua o del Inca*. Prólogo de Raúl Porras Barrenechea. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima, 1952.
- Gusdorf, George (1971) *La palabra*. Ediciones Nueva Visión. Buenos Aires.
- Haya de la Torre, Víctor Raúl (1935) "Espacio-Tiempo Histórico" *Obras Completas*, t. 4, Editorial Juan Mejía Baca. Lima, 1978.
- Herskovits, Melville J. (1952) *Antropología Económica*, estudio de economía comparada. Fondo de Cultura Económica. México-Buenos Aires, 1954. Traducción del inglés por Carlos Silva.
- Ibarra Grasso, Dick E. (1958) *Lenguas indígenas americanas*. Editorial Nova. Buenos Aires, 1958.
- Mair, Lucy (1965) *Introducción a la Antropología Social*. Alianza Editorial. Madrid, 1970.
- Marx, Karl. *Formaciones económicas precapitalistas*. Editorial Ciencia Nueva. Madrid, 1967.
- Mayer, Enrique (1969) *El trueque y los mercados en el Imperio Incaico*. En Mayer, Enrique, Sidney W. Mintz y G. William Skinner. *Los campesinos y el mercado*. 1974.
- Mayer, Enrique, Sidney W. Mintz, G. William Skinner (1974) *Los campesinos y el mercado*. Pontificia Universidad Católica, Departamento de Ciencias Sociales. Lima.
- Morúa, Martín de (1590) *Historia General del Perú. Origen y descendencia de los Incas, donde se trata así de las guerras civiles suyas como de la entrada de los españoles*. 2 Tomos. Ed. Instituto Gonzalo Fernández de Oviedo. Madrid, 1962-64.
- Murra, John V. (1956) *The economic organization of The Inca State*. Ph. Dissertation, University of Chicago.
- Porras Barrenechea, Raúl (1952) "Prólogo". En González Holguín, Diego. *Vocabulario*.
- Porras Barrenechea, Raúl (1952) *Fuentes históricas peruanas*. Instituto Raúl Porras Barrenechea, U.N.M.S.M. Lima, 1963.
- Redfield, Robert (1959) "Comerciantes primitivos de Guatemala". En *Cultura Indígena de Guatemala*. Edición especial para el IV Congreso Indigenista Americano. Seminario de Integración Social Guatemalteca. Guatemala, 1959.
- Riverend Brusone, Julio J. Le (Selec. y Notas) *Crónicas de la Conquista del Perú, Textos originales de Francisco de Jerez, Pedro de Cieza de León y Agustín de Zárate*. Ed. Nueva España S.A. México, (s/f).
- Rostworowski de Diez Canseco, María. "Mercaderes del valle de Chíncha en la época prehispánica: un documento y unos comentarios". En *Revista Española de Antropología Americana*, Vol. 5, 1970. Reditado en Rostworowski de Diez Canseco, María. *Etnia y sociedad*.
- Rostworowski de Diez Canseco, María (1977) *Etnia y sociedad*. Instituto de Estudios Peruanos. Lima, 1977.
- Rojas, Ibico (1976) *El Castellano en una situación bilingüe*. M.A., State University Of New York at Buffalo. Mimeo.
- Schaedel, Richard P. (1977) "Formation of the Inca State". En *III Congreso Peruano. El hombre y la cultura andina*, Tomo I, 1978.
- Tax, Sol (1937) "The municipios of the midwestern highlands of Guatemala". En *American Anthropologist*, v. 39, n. 3, 1937.
- Tello, Julio C. (1933) "La sociedad peruana y su civilización". En Tello, Julio C. (1967). También en *El Comercio*, Lima, viernes 27 de octubre de 1933.
- Tello, Julio C. (1937) "La civilización de los Inkas". En Tello, Julio C. También en *Letras* n. 6, págs. 5-37. Lima, 1967. U.N.M.S.M.
- Tello, Julio C. (1967) *Páginas escogidas*. U.N.M.S.M. Lima.
- Torero, Alfredo (1964) "Los dialectos quechuas". En *Anales Científicos de la Universidad Agraria*, v. II, n. 4, págs. 447-478. Lima, 1974.
- Torero, Alfredo (1970) "Lingüística e historia de la sociedad andina". En Escobar, A., comp., (1970) p. 51-106. Revisado y ampliado en Torero, A. (1974).
- Torero, Alfredo (1974) *El Quechua y la historia social andina*. Universidad Ricardo Palma. Lima.
- Wachtel, Nathan (1971) *Los vencidos. Los indios del Perú frente a la conquista española (1530-1570)*. Alianza Editorial. Madrid, 1976, traducción del francés por Antonio Escotado. Revisión Técnica. Enrique Tandeter.



DOCUMENTOS



PRIMER ENCUENTRO
LATINOAMERICANO
DE FACULTADES
DE
COMUNICACION SOCIAL

CONSIDERACIONES Y RECOMENDACIONES

AREA DE CURRICULUM

El Primer Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social se desarrolló en la ciudad de Lima entre el 18 y el 24 de marzo del presente año y fue organizado por la Universidad de Lima y la Fundación Konrad Adenauer.

En dicho Encuentro participaron oficialmente 25 facultades de Comunicación Social y/o Periodismo, representando a los países hermanos de Argentina, Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador, Venezuela y Perú. Así mismo se contó con la presencia fraternal de destacados comunicadores de México, Brasil, España, Bélgica y la UNESCO.

Considerando:

- 1.— Que, se ha reunido un número significativo de representantes de Facultades, Escuelas y Departamentos de Comunicación Social de América Latina, bajo los auspicios de la Universidad de Lima y de la Fundación Konrad Adenauer.
- 2.— Que, entre los objetivos fundamentales de esta reunión se encuentra el intercambio de experiencias y conocimientos de los currícula de las diversas instituciones que imparten enseñanza universitaria en Comunicación Social, lo que se ha conseguido satisfactoriamente.
- 3.— Que, durante las deliberaciones hemos comprobado el aislamiento, las diferencias curriculares, la falta de recursos humanos especializados técnicos y económicos, con que desarrollan sus actividades estas instituciones.
- 4.— Que, no existe un concepto uniforme sobre lo que es un comunicador social.
- 5.— Que es necesario intensificar la formación de profesores a nivel de post-gradado.
- 6.— Que, no en todos los países existe una legislación que proteja al egresado universitario en las diversas especialidades de la Comunicación Social.
- 7.— Que, no hay un intercambio adecuado de material bibliográfico y de información entre las instituciones de Educación Superior en Comunicación Social, tanto en las relaciones internacionales como al interior de cada país.
- 8.— Que, la dependencia de los países subdesarrollados en el campo de las comunicaciones limita la creatividad del profesional en esta área.
- 9.— Que, existen grandes sectores marginados de la comunicación que es necesario integrar al proceso socio-económico y cultural de estos pueblos.
- 10.— Que, es necesaria la participación de los estudiantes, profesores y egresados en el desarrollo académico de las Facultades.

Por cuanto, la función primordial del Comunicador Social debe estar orientada a contribuir a la unidad e integración de las naciones latinoamericanas, y en virtud de los resultados de este Encuentro, la comisión recomienda:

- 1.— Crear una Asociación Latinoamericana de Facultades, Escuelas y Departamentos de Comunicación Social. A tal efecto, se sugiere la constitución de una comisión organizadora, integrada por un representante de cada uno de los países participantes en este Primer Encuentro. Esta comisión deberá estudiar la posibilidad de convocar un Congreso Constitutivo de la Asociación, así como también señalar la fecha y la sede de dicho Congreso, el cual deberá reunirse en un plazo no mayor de dos (2) años.

La Comisión designada tendrá su primera reunión en la ciudad de Caracas durante el último trimestre del presente año. La delegación de Venezuela queda encargada de convocar y coordinar esta primera reunión. El financiamiento será solicitado a la Fundación Konrad Adenauer y a otros organismos que quieran colaborar en esta tarea.

- 2.— Orientar esta valiosa iniciativa de la Fundación Konrad Adenauer y de la Universidad de Lima, dada la imposibilidad de agotar un tema tan rico y vasto durante las sesiones de este Encuentro, para que se continúen buscando políticas generales que permitan acercarnos a un consenso curricular que contenga criterios comunes.



3.— Crear Centros Nacionales y Sub-regionales de información y documentación en Comunicaciones, que permitan el intercambio de currícula, material bibliográfico e informativo, en coordinación con CIESPAL.

4.— Sugerir como tema del II Encuentro de Facultades de Comunicación Social el estudio del mercado de trabajo del Comunicador Social y la elaboración de un perfil del tipo de profesional de la Comunicación Social que necesitan los países de América Latina.

5.— Promover la formación de profesores a nivel de post-grado e intercambiar las experiencias que tiene cada país en torno a la materia. Fomentar así mismo el intercambio de docentes y alumnos, utilizando los recursos que a tal efecto ha ofrecido gentilmente el representante de la UNESCO.

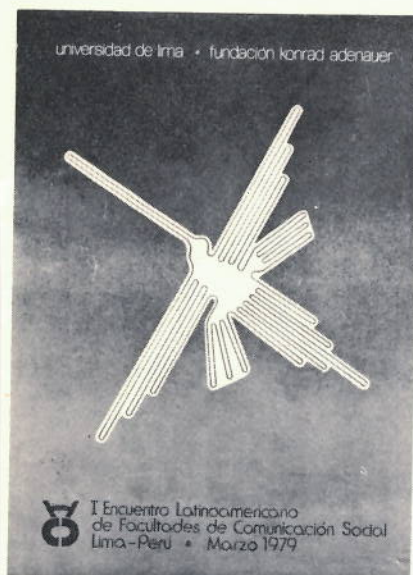
6.— Promover la formulación y promulgación de leyes que protejan el ejercicio de la profesión del Comunicador Social, en aquellos países en que no existan actualmente, y el mejoramiento y cumplimiento de las ahora vigentes.

7.— Orientar la creatividad del profesional de la Comunicación Social en orden a contribuir a la superación de la dependencia de nuestros países y defender los valores de la nacionalidad, y los valores culturales de los distintos grupos étnicos y marginados, mediante la creación de tecnologías apropiadas.

8.— Promover una conciencia lingüística nacional como un recurso de defensa de las lenguas y como expresión de la cultura propia de cada pueblo.

9.— Fomentar la participación de estudiantes, profesores y egresados en el desenvolvimiento académico de las Instituciones de Comunicación Social.

10.— Interesar a toda la comunidad universitaria y a los gremios profesionales de la Comunicación Social a participar en la ejecución de estas recomendaciones.



AREA DE INVESTIGACION

1.— CRITERIOS GENERALES

Es una tarea previa y urgente de la investigación el establecimiento de un estatus epistemológico propio de la Ciencias de la Comunicación para que esa investigación adquiera una mayor validez científica.

La Comisión considera absolutamente necesaria la investigación, concebida como una actitud permanente e integradora, para el logro de una docencia y aprendizaje competentes.

La Investigación se hace fundamental para la práctica profesional. No puede concebirse un trabajo en el campo de la comunicación sino como resultado de la labor investigadora.

La investigación debe dirigirse prioritariamente a la proyección social, entendida ésta como un proceso de búsqueda de la identidad latinoamericana y la promoción del desarrollo.

2.— SELECCION DE CONTENIDOS

Criterios

La Universidad debe hacer énfasis en la realización de investigaciones con proyección a la comunidad.

Resulta prioritaria, además, la búsqueda de información inicial básica sobre la realidad de la comunicación en nuestros países, documentación indispensable como punto de partida de la investigación.

Recomendación

Que se solicite a CIESPAL y ALAIC la recopilación y difusión de la información antes mencionada, y consecuentemente, a cada Facultad, su compromiso de suministrar a tales entidades los datos correspondientes. Lo anterior debe hacerse extensivo a las Facultades y países que no se han hecho presentes en este Encuentro.

3.— ESTRUCTURA DEL AREA

Criterios

La investigación no debe ser considerada una actividad independiente sino integrada a las actividades de la Facultad.

4.— PARTICIPACION ESTUDIANTIL

Criterios

La participación estudiantil en el desarrollo de la investigación tiene su sentido fundamental en la medida en que dicha investigación forma parte del proceso de enseñanza-aprendizaje.

Debe concebirse la investigación como un trabajo de equipo entre docentes y estudiantes.

Recomendaciones

Que se oriente el trabajo de grado hacia la participación del alumno en talleres de investigación, más que hacia la elaboración de monografías.

Que en aquellos países en donde obliga el servicio social, se canalice dicho requisito, propiciando la participación de los estudiantes en trabajo de campo.

5.— EVALUACION DE ALUMNOS Y PROFESORES

Criterio

La labor investigadora de profesores y estudiantes se debe evaluar de manera permanente, teniendo en cuenta objetivos, documentación, metodología, espíritu crítico y creatividad y no únicamente la simple acumulación de conocimientos.

Recomendaciones

Que la participación del alumno en la unidad de investigación sea suficientemente ponderada en la evaluación.

Que la Universidad establezca mecanismos tendientes a estimular la labor investigadora del profesor, creando incentivos especiales y asignándole el tiempo requerido.

Que la unidad de investigación colabore en la contratación y evaluación del personal docente de la Facultad.

6.— PUBLICACIONES CIENTIFICAS

Criterio

Es necesario enriquecer el patrimonio documental de las Facultades para desarrollar la investigación, así como establecer los canales de difusión de las investigaciones que la misma Facultad realiza.

Recomendaciones

Que las Facultades establezcan contactos con entidades que dispongan de documentación sobre Comunicación, tales como las asociaciones de investigación y CIESPAL.

Que se solicite a CIESPAL la edición de un boletín informativo sobre las distintas actividades de las Facultades.

Que las Facultades hagan un esfuerzo eficaz para editar una revista o boletín como medio de difusión de sus actividades científicas. El criterio de selección de este material, al igual que los libros que publique la Facultad, correspondería a la unidad de investigación.s,

7.— ESTUDIOS EN RELACION CON LAS NECESIDADES DE LA COMUNIDAD

Criterio

Las Universidades deben aportar una respuesta científica y académica a los cambios políticos que se producen en los respectivos países.

Recomendación

Que las Facultades busquen participar en la toma de decisiones relacionadas con políticas de comunicación, para lo cual se precisa la acción conjunta de todas las Facultades de Comunicación de cada país. Se entiende que esta participación estaría fundamentada en la investigación.

8.— FINANCIACION

La Universidad debe comprometerse en el esfuerzo de autofinanciar sus investigaciones, sin perjuicio de poder establecer mecanismos para canalizar recursos, ya sea mediante la producción en otras unidades académicas o estableciendo nexos con entidades externas a ella, sin caer en situaciones de dependencia.

AREA DE PRODUCCION

1.— FUNDAMENTACION DE LA PRODUCCION

Aceptando el principio fundamental de toda enseñanza, según el cual la teoría debe ser asimilada a través de una permanente práctica, en la capacitación del futuro Comunicador, recomendamos que esta práctica se realice por medio de la producción sistemática de recursos audiovisuales e impresos.

La producción debe tener en cuenta, en sus exigencias y en su amplitud, no sólo la formación integral del Comunicador en el manejo de todos los medios y lenguajes sino también su proyección hacia la propia universidad y hacia la comunidad.

2.— NIVELES DE PRODUCCION

La producción en las Escuelas o Facultades de Comunicación debe desarrollarse a dos niveles:

- a) el de la formación del Comunicador, con todos los requisitos previos a la producción;
- b) el de la realización de servicios para la propia universidad y para la comunidad extra-universitaria.

Los servicios para la actividad docente y administrativa de la propia universidad, a los que se debe dar especial importancia, deberán ser proporcionados con la correspondiente metodología para su utilización.

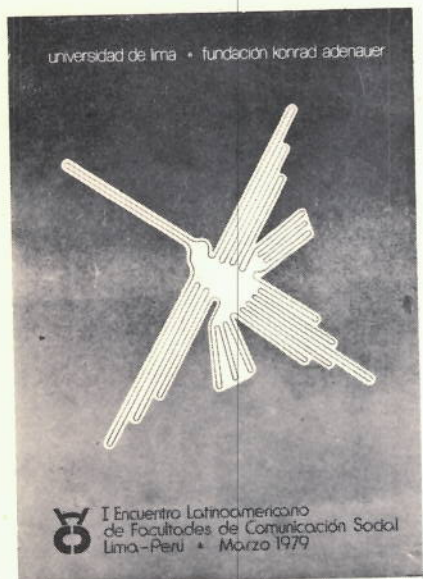
La producción extra-universitaria, concebida fundamentalmente para obtener recurso de autofinanciamiento, debe ajustarse a estos criterios:

- a) que suponga un beneficio colectivo de tipo público y/o docente;
- b) que cubra campañas de tipo institucional, tanto a nivel privado como oficial, siempre y cuando no comprometa la autonomía de la universidad y no vaya en desmedro de sus funciones principales: investigación, docencia y extensión, y esté al servicio del desarrollo integral de la persona y de la comunidad.

3.— RECURSOS

Para asegurar tanto la abundante práctica de todos los estudiantes como la elaboración de recursos audiovisuales e impresos, intra y extra universidad, se recomienda:

- a) adquirir los equipos necesarios para impartir el conocimiento básico de todos los medios;
- b) aceptar el ofrecimiento de la UNESCO para la implementación de las actividades y equipos de producción;
- c) utilizar, por convenios o en otras formas, instalaciones más complejas existentes en la localidad;
- d) adquirir una unidad móvil básica cuyos equipos puedan tener múltiples usos:
 - apoyo de la investigación de campo;
 - extensión universitaria y animación cultural;
 - evaluación de proyectos, etc.
- e) organizar talleres incorporados en forma permanente al currículum de la Escuela o Facultad.



4.- MEDIOS

De acuerdo a la nueva designación de las Escuelas o Facultades (de Ciencias de la Comunicación, de Comunicación Social, etc.) se recomienda que tanto la enseñanza como la práctica involucren a todos los medios de comunicación.

- montajes audiovisuales,
- radio,
- televisión,
- impresos,
- y demás micro medios.

5.- METODOLOGIA

A fin de conseguir la máxima eficacia en las actividades de producción, se recomienda que cada Escuela o Facultad elabore, tomándola de la propia experiencia, la metodología que considere más apropiada. A manera de recomendación, sugerimos que esta metodología siga las siguientes indicaciones:

- a) análisis, que a su vez supone
 - investigación
 - definición de objetivos y metas
 - conocimiento del entorno de utilización
 - estrategias de ejecución
- b) soluciones en cuanto al mensaje (qué se va a decir)
- c) soluciones en cuanto a los medios (selección de los lenguajes y de los medios)
- d) producción (elaboración conceptual)
- e) realización (ejecución en el medio seleccionado)
- f) distribución oportuna en la comunidad
- g) utilización funcional (foros, grupos de discusión, etc.)
- h) seguimiento del proceso didáctico y administrativo
- i) evaluación.

6.- CRITERIO EN EL MANEJO DE LOS LENGUAJES Y DE LOS MEDIOS

Es oportuno distinguir tres niveles en los productos audiovisuales e impresos, realizados en las Escuelas o Facultades de Comunicación:

- a) **individual:** de responsabilidad exclusiva del estudiante,
- b) **grupal:** alumno bajo la asesoría del profesor y
- c) **institucional:** el personal docente y técnico de la Facultad o de otras instituciones con la participación de los estudiantes.

En todos estos niveles se debe trabajar con criterios profesionales, sin olvidar los requerimientos de aprendizaje de los estudiantes y los factores y circunstancias socio-económicos.

7.- PROFESORES

Teniendo en cuenta que la producción se apoya en los conocimientos teóricos y prácticos, las personas encargadas de dirigir o asesorar la producción deben ser, ante todo, personas altamente calificadas en el medio utilizado.

Esto debe también extenderse a la metodología de enseñanza, de acuerdo con los objetivos perseguidos en cada disciplina.

Los medios de comunicación y los correspondientes lenguajes están sometidos a

un permanente y acelerado proceso de renovación. En consecuencia, se recomienda que las Facultades o Escuelas faciliten a los profesores su permanente actualización y perfeccionamiento.

8.— EVALUACION DE LA PRODUCCION

La evaluación, necesaria en todo proceso, es absolutamente indispensable en la producción audiovisual e impresa, sujeta a la múltiple influencia de recursos humanos y técnicos. Esta evaluación, que debe ser permanente durante todo el proceso, debe tomar en cuenta la apreciación de los profesores, la de los estudiantes y la del posible usuario.

9.— TESIS

La producción incluye también los trabajos de grado, las tesis, las investigaciones, los proyectos, etc., por lo que deben difundirse dentro y fuera de la universidad.

El nivel de las tesis y los trabajos deben responder a las exigencias requeridas por el medio elegido, y a las realidades de nuestros países.

LOS DELEGADOS ASISTENTES AL PRIMER ENCUENTRO
LATINOAMERICANO DE FACULTADES DE COMUNICACION
SOCIAL

Considerando:

Que el Primer Encuentro Latinoamericano ha superado el éxito es-
perado;

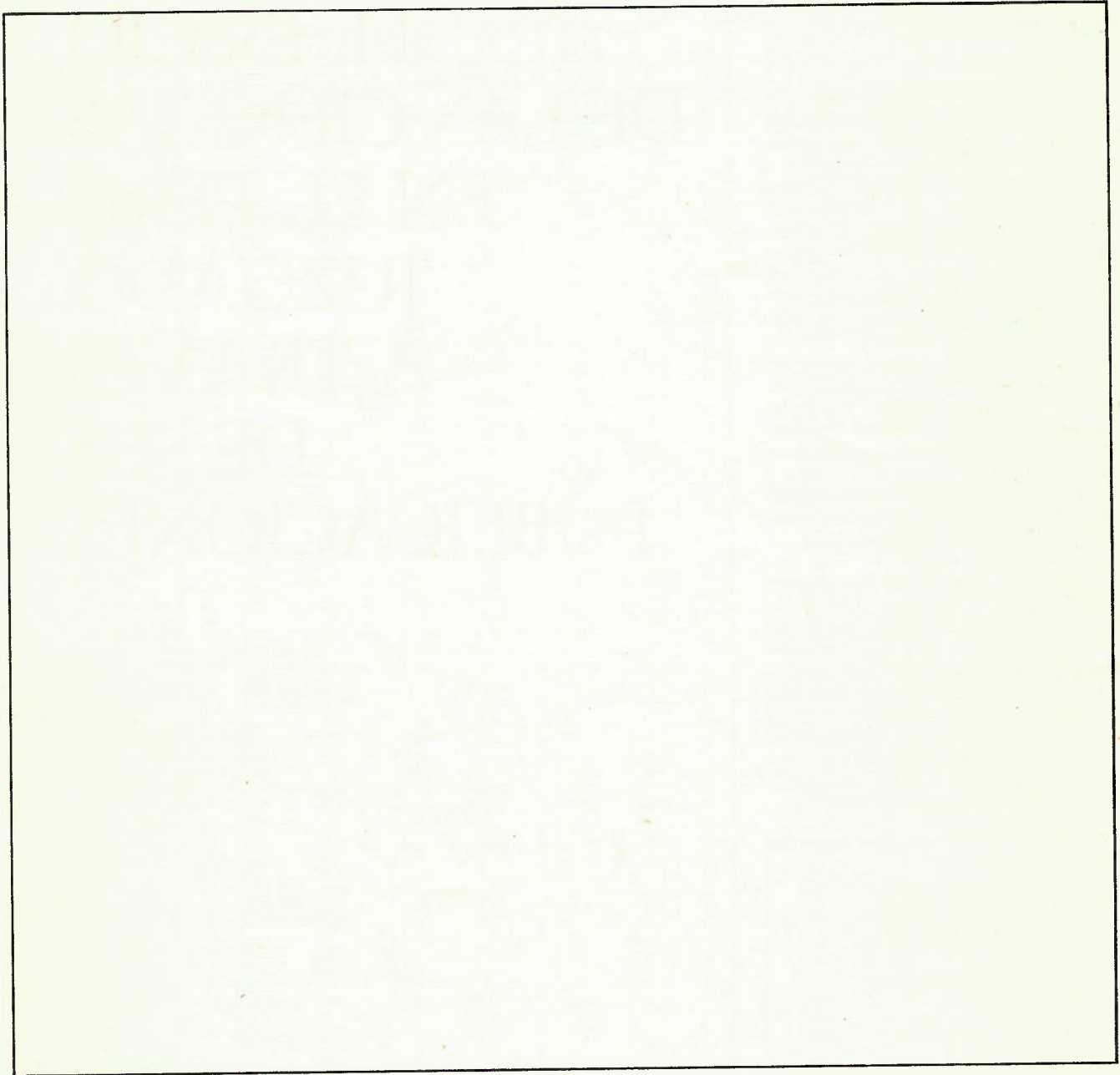
Que el certamen ha contado con una eficiente organización y reali-
zación;

Resuelven:

Agradecer y felicitar a la Universidad de Lima y a la Fundación Kon-
rad Adenauer, por la organización y realización del Primer Encuentro
Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social.

Respaldaron también esta moción los delegados extranjeros partici-
pantes en la reunión de la ALAIC.

VARIA



INTRODUCCION

Hay opiniones diferentes acerca del inicio de las ciencias en el mundo. Así, Farrington encuentra que en civilizaciones tan antiguas como la egipcia y la babilónica se cultivaron algunas ciencias, en particular las matemáticas.¹ En el Perú no hay estudios al respecto; los pocos existentes se refieren a la colonia y la república. A. Raimondi publicó en 1862 el trabajo titulado "Ligera revista histórica sobre los estudios hechos en el Perú en las Ciencias Naturales y de los escritores que se han ocupado de la Historia Natural del mismo"²; Villarreal describió la historia de las matemáticas en varios artículos publicados en *La Gaceta Científica* entre 1884 y 1889.³

Herrera ha reseñado los estudios botánicos verificados en el Cusco⁴ y Alcalde ha comentado la bibliografía química del *Mercurio Peruano*.⁵

Este ensayo pretende ser una primera aproximación al inicio de las ciencias en el país, deducido del contenido de sus publicaciones científicas. En las páginas siguientes se presentarán algunas observaciones sobre las contadas revistas científicas que se publicaron en el Perú en los siglos XVIII, XIX y primeras décadas del actual. Queda para otro artículo comentar el desarrollo científico del país en los últimos años.

**ROGER
GUERRA
GARCIA**

EL INICIO DE LAS CIENCIAS EN EL PERU JUZGADO A TRAVES DE SUS PUBLICACIONES

✠

PROSPECTO

DEL PAPEL PERIODICO

INTITULADO

MERCURIO PERUANO

DE

HISTORIA, LITERATURA, Y NO-
 cicias públicas, que á nombre de una
 Sociedad de Amantes del País, y
 como uno de ellos promete dar
 á luz

DON JACINTO CALERO Y MO-
reira.

CON SUPERIOR PERMISO.

En la Imprenta Real de los Niños Expositos. Año de 1790.

MERCURIO PERUANO

En el Perú el inicio de la bibliografía científica es señero: la publicación del *Mercurio Peruano* entre 1791 y 1795, por la Sociedad Amantes del País, extraordinaria revista dirigida por Hipólito Unanue, cuya calidad puede deducirse del hecho de su traducción al alemán en 1808.

Su lectura está facilitada por la edición facsimilar que publicó la Biblioteca Nacional en 1964, bajo la acertada dirección de Carlos Cueto Fernandini. Dice él en la presentación:

"El destino del *Mercurio* fue el de muchas empresas intelectuales del Perú: aparece vigorosamente en un momento determinado y luego se sepulta, como un río ánade, bajo el suelo de los tumultos políticos, para reaparecer una y otra vez como un cuerpo de doctrina aparentemente nuevo. En todo caso, con el *Mercurio* comienza un esfuerzo sistemático por hacer del Perú el compromiso fundamental del pensamiento peruano".⁶

La revisión del contenido del *Mercurio Peruano* permite calificarlo sin vacilación como la primera revista científica que tuvo el país. Así, son numerosos los estudios de índole médica, estadística, geográfica, botánica y técnica, incluyendo aquí la agricultura, minería, industria; se publicaron además las observaciones metereológicas de cada mes y también las tablas astronómicas.

En otra ocasión hemos presentado los artículos que acerca de tópicos tan especializados como la endocrinología, fueron publicados en esta, sin hipérbole, extraordinaria revista.⁷ Entre los estudios científicos merecen destacarse los de estadística y demografía: varios

trabajos sobre la población de Lima y otros lugares; en lo geográfico, cuidadas descripciones de las provincias del Perú y en botánica la descripción de las plantas del Perú publicada en dos partes y en particular de la coca (**Eritroxilum coca**). Se publicaron asimismo las observaciones y conocimientos de la quina, del sabio Celestino Mutis, quien trabajaba en Bogotá.

Al final de cada volumen del **Mercurio Peruano** se incluía un índice de las materias tratadas y de los autores, así como las erratas notables. La numeración de las páginas fue correlativa y la frecuencia bisemanal, llegando a 411 números, en doce tomos.

En formato especial se publicaron algunas tablas con datos del comercio de exportación, del censo de Lima, de las combinaciones de los elementos y los nombres que recibían en el Perú; también de las combinaciones del oxígeno con los metales de Lavoisier, así como de la expansión de los gases.

Se imprimieron algunos mapas como los del curso de los ríos Huallaga y Ucayali levantado por el P. Manuel Sobreviela, colaborador de la revista, y una lámina que presenta la coca del Perú, con los detalles sobre los componentes de la planta, culminación de un extenso artículo del sabio Unanue.

Esta breve reseña del **Mercurio Peruano** justifica su calificación de primera revista científica-técnica del país, una de las más antiguas de América y el periódico de mayor prestigio y difusión de la región.

La época en que aparece el **Mercurio Peruano** en nuestro país corresponde al florecimiento de la ciencia en América Española, y que Roche relaciona a las expediciones científicas, la difusión de las ideas y algún desarrollo local. Este autor señala a México y Colombia como los lugares en que ocurrió tal progreso.⁸ A ellos se debe agregar el Perú, por lo anteriormente expuesto.

Señala Roche que la ciencia de América española tuvo un sentido práctico y pone como ejemplo los procesos de amalgamación y la adaptación de plantas y animales europeos al nuevo mundo desarrollado en el siglo XVI. Fenómeno similar se observó en el Perú, según se deduce de la lectura del **Mercurio**.

En los aspectos teóricos considerados en esta revista se puede señalar las explicaciones de J.C. acerca de "los desfallecimientos que padecen los que viajan por la sierra", los cuales son correctamente atribuidos a la disminución del peso de la atmósfera y la rarefacción del aire, llegando a comparar esta situación con la observada en animales expuestos en la campana de una máquina neumática; cuando se disminuye o dilata el aire que contiene (n. 155, junio 1792).

MEMORIAL DE CIENCIAS NATURALES

Transcurrieron más de treinta años entre el último número del **Mercurio** y el primero del **Memorial de Ciencias Naturales** publicado en Lima entre 1827 y 1828 por Mariano Rivero y Ustáriz y Nicolás F. de Piérola, y cuyo 150. aniversario ha pasado desapercibido en el Perú.

Fue Unanue, gestor del **Mercurio Peruano**, quien persuadió a Rivero y Ustáriz, joven naturalista de Arequipa, con formación europea, a que se radicase en Lima y con el título de Director General de Minería, Agricultura, Instrucción Pública y Museos participase en el inicio de la República.

De esta singular revista existe un serio estudio realizado por A. Alcalde Mongrut⁹ de cuya lectura hemos extraído esta reseña, por existir sólo un número de ella en la Biblioteca Nacional.

Describe Alcalde esta importante revis-

ta en una noticia histórica de los orígenes, fundación y principios del **Memorial**; hace luego una descripción sumaria de la colección completa: 12 números en tres tomos, iniciada en diciembre de 1827 y final de noviembre de 1828 y concluye con un análisis bibliográfico de los 84 artículos que se publicaron.

Presenta además los índices onomástico (autores y personas citadas), de materias, geográfico, de periódicos y sociedades científicas, y una bibliografía general que comprende documentos, textos y referencias relativas a la publicación.

Los artículos fueron de diverso nivel y extensión; algunos eran traducidos del inglés y francés de las revistas y libros científicos. Se publicaron algunas ilustraciones de mineros y planos de Cerro de Pasco y Hualgayoc.

El autor de la mayoría de artículos fue Mariano de Rivero y lo hizo sobre temas variados. Como buen naturalista, escribía sobre minería, agricultura y arqueología.

También colaboró J.B. Boussingault, químico francés que visitó Colombia en la expedición de naturalistas que encabezó Rivero y Ustáriz. Se transcribieron artículos de revistas y libros extranjeros, y se inquirió acerca de la crianza de ovinos y calidad de los pastos en el Perú, recibiendo algunas respuestas. Varios de los trabajos publicados por Rivero en el **Memorial** fueron reproducidos en su colección de **Memorias Científicas** publicada en Bruselas en 1857.

El **Memorial de Ciencias Naturales** recibió "mezquina ayuda del gobierno", según calificación de los propios editores en su nota de despedida. Es significativo otro párrafo de esta nota que dice:

"En nuestro prospecto invitamos a nuestros compatriotas para que

nos prestasen su colaboración; mas se han pasado diez y ocho meses sin que nadie haya respondido a nuestro llamamiento, teniendo por consiguiente que llenar los números en fuerza de nuestro compromiso; hemos tenido, repetimos, que llenar por la mayor parte los números publicados con el caudal de nuestras propias observaciones y trabajos".

A través del artículo se verá cómo se repite esta historia a lo largo de la vida republicana del país: publicaciones científicas que fueron el resultado del esfuerzo de una persona y que, por tanto, desaparecieron o se eclipsaron con ella.

Esta valiosa publicación científico-técnica peruana está esperando la edición facsimilar que permita su difusión y análisis y sirva también para avivar el amor por las ciencias, tan poco cultivadas en Perú.

En el 2o. *Mercurio Peruano* continuó Rivero su labor de divulgación de las ciencias en el Perú con numerosas publicaciones. Igual hizo Piérola, su compañero de empresa en el *Memorial*, a través de *El Ateneo Americano*, pero en menor grado, debido a los pocos números que alcanzaron a aparecer.

LA GACETA CIENTIFICA

Pasaron casi sesenta años entre el cese del *Memorial de Ciencias Naturales* y la aparición de esta revista en 1884, al inicio de la reconstrucción nacional. Fue órgano de la Sociedad Amantes de la Ciencia que se había fundado en 1881, durante la ocupación, por trece alumnos de la Facultad de Ciencias.

En la Comisión de Redacción se aprecia en mayoría a los estudiantes de medicina de la época (Julián Arce, Max Gonzales Olaechea, J. Manuel Mayorga, T. Justo, E. Escome), quienes presidieron la Sociedad. Es importante

anotar, sin embargo, que de acuerdo a su reglamento los trabajos a presentar sólo tratarían temas de ciencias naturales, físicas o matemáticas, o de sus aplicaciones industriales. Se debe recordar aquí, que en 1884 apareció la *Crónica Médica*, revista de la Sociedad Unión Fernandina que publicaba los trabajos de índole médica de los inquietos y bien preparados estudiantes de medicina de la época

Colaborador asiduo de *La Gaceta Científica* fue Federico Villarreal, con artículos sobre la historia de las matemáticas en el Perú, el origen del mundo según Kant, Laplace y Faye, este último con carácter de divulgación, publicado por partes; también aparecieron las lecciones dadas por Villarreal en la Escuela de Ingenieros, con los gráficos correspondientes nitidamente impresos.

En cada número aparecían las actas de sesiones de la Sociedad Amantes de la Ciencia, de frecuencia quincenal, y revelando una activa vida institucional, con presentación de diversos temas científicos a cargo de unos y la objeción encargada a otros. Así, en 1888 la Sociedad tenía 58 socios, algunos de los cuales calificados de "cometas" por su rápido tránsito, en la memoria del presidente Alfredo I. León. De ella se deduce que la Sociedad tenía una biblioteca y gabinetes de mineralogía, zoología y botánica los cuales sostenía con las cuotas de sus miembros. He aquí un ejemplo de devoción al estudio de las ciencias, excepcionales en el país, y realizado por estudiantes y profesores universitarios.

Publicó en *La Gaceta Científica* J.S. Barranca acerca de los productos naturales peruanos con referencia a la paleontología, agricultura e ingeniería. Había una sección extranjera que transcribía los descubrimientos de la época (esta sección ocupa el mayor número

de páginas en 1899 y los años siguientes).

Esta interesante aunque sencilla publicación tuvo un rol de divulgación y expresó el anhelo de superación de la juventud universitaria de la época frente a la desoladora situación en que la guerra dejó a la Universidad de San Marcos, "sin muebles para sentarse", según expresión de C. Lisson. Basadre señala que en 1879 la Universidad poseía un gabinete de física y un laboratorio de química y que su biblioteca contaba con varios miles de volúmenes, habiendo desaparecido todo con la ocupación.¹⁰

En años posteriores, *La Gaceta Científica* perdió su regularidad; se interrumpió en 1895 y reapareció brevemente en 1898.

REVISTA DE CIENCIAS

Publicación redactada por los profesores de la Universidad de San Marcos y de la Escuela Nacional de Ingenieros bajo la dirección de Federico Villarreal desde el inicio en 1897 hasta 1923, año en que éste falleció. Su segundo director fue Godofredo García hasta 1933, cuando se cesó la Universidad. Reapareció en 1935 con Manuel Prado como director, hasta 1945; posteriormente ha tenido otros directores por breves períodos. Se aprecia un paralelismo entre la revista y los problemas universitarios.

Primera época:

En la presentación del No. 1 se señala: "En el momento histórico presente la *Revista de Ciencias* pretende marcar el grado de nuestro adelanto, el estado general de nuestra cultura, en las ciencias matemáticas, naturales, físicas y químicas". Es difícil deducir en qué medida cumplió tal rol; si se acepta que lo hizo a cabalidad, la conclusión

es que el Perú tenía una modesta actividad científica limitada al aporte e inquietud de ocho o diez personas, como se apreciará en el desarrollo de este análisis.

En el primer año es Villarreal el autor del mayor número de trabajos. Con él colaboraron J. Balta (editor entonces de los boletines del Ministerio de Fomento), C. Lisson, A. León y E. Guzmán y Valle, profesores de la Escuela de Ingenieros y de la Universidad de San Marcos. Sus trabajos tratan sobre minerología, geografía y botánica y son de tipo descriptivo.

Se reseña el Primer Congreso Científico Latino-Americano realizado en Buenos Aires en 1890 en el cual se presentaron un total de 121 trabajos: 76 de Argentina, 23 de Uruguay, 10 de Chile y sólo 3 del Perú; dos de ellos eran de F. Villarreal.

En el primer volumen se publicaron algunos trabajos argentinos sobre tratamiento de la basura y el adoquinado de las calles, y otros peruanos sobre el agua y el desagüe, lo cual revela interés por los problemas municipales, pero difícilmente corresponden a una revista dedicada a las ciencias.

No se dan referencias sobre los autores ni figura el director, lo cual parece era el uso de la época, pues igual ocurre en las publicaciones contemporáneas del Ministerio de Fomento y del Cuerpo de Ingenieros de Minas. Tampoco se usan las citas bibliográficas.

En el editorial del 10o. año se dice: "La revista se reduce a insertar todas las producciones nacionales científicas, sin ninguna censura". Se agradece una ley dada en 1906 (Gobierno de José Pardo), que otorga una subvención mensual de cinco libras a la **Revista de Ciencias** y de Esperanto, que asegurará su publicación.

En la Memoria de Villarreal, como decano de la Facultad de Ciencias, informa de 136 alumnos, 45 en matemáti-

cas y 91 en ciencias naturales lo cual era un claro incremento en las cifras de 1903 (36 en matemáticas y 69 en otras ciencias). Sin embargo, ese año se graduaron sólo dos doctores y dos bachilleres; setenta años después, el número es similar en el Perú. Es interesante observar que en esta época la Facultad de Ciencias graduaba a algunos ingenieros que lo solicitaban.

Se publicaban en la revista algunas tesis de bachillerato en medicina y en ciencias, que aparecían por partes; así mismo, varias conferencias de divulgación dadas en la Universidad de San Marcos, la mayoría a cargo de E. Pozzi Escot, químico francés, profesor de la Escuela de Agricultura. De esto se deduce la escasez de artículos científicos y la ausencia de aportes o resultados de investigaciones.

En 1907 se publicó un índice general por temas, siendo más frecuentes los de álgebra, astronomía, botánica, cosmografía, entomología, ferrocarriles, física, geometría, gramática, metodología de las matemáticas, paleontología y resistencia de materiales.

Los colaboradores fueron Tizón y Bueno, Antúnez de Mayolo, M. Noriega del Aguila y E. Pozzi Escot.

BOLETIN DEL CENTRO CIENTIFICO DEL CUSCO

En provincias, el desarrollo de las ciencias no fue significativo en el Perú en el siglo XIX, y ha sido muy modesto en el actual. Excepción a esta situación fue el Cusco, ciudad en donde se fundó en 1897 un Centro Científico, por iniciativa del prefecto de ese lugar, Pedro J. Carrión. Tuvo como primer presidente al médico Antonio Lorena y como secretario al botánico Fortunato L. Herrera. La universidad proporcio-

nó un local y sus actividades se dirigieron a la realización de conferencias y a la publicación de un boletín, de cuya lectura se extraen estas observaciones. Las conferencias, publicadas luego, trataron sobre la geografía del departamento de Madre de Dios, en particular de los ríos y las exploraciones, así como de los productos naturales, a cargo de Luis María Robledo; de los yacimientos mineralógicos del Alto Paucartambo se ocupó Fortunato Herrera. En años posteriores se aprecian trabajos sobre historia, arqueología y sociología y aún sobre jurisprudencia nacional, evidencia de la escasa producción o actividad científica de la región. F. Herrera aporte estudios sobre los chinchereños, incluyendo datos antropométricos y F. J. Velasco trabaja sobre el cloruro de sodio y sus yacimientos en el departamento.

A. Lorena publica sus observaciones sobre la etiología del bocio y cretinismo en la hoya del Vilcamayo, y otros variados temas. Este ilustre cusqueño fue un estudioso de la patología regional e inquieto publicista. En sus artículos señala el rol de la altura en la prevalencia y evolución de las enfermedades y evidencia estar informando los estudios de los fisiólogos extranjeros como Paul Bert, Viault y Regnard acerca del incremento de los glóbulos rojos que determina la residencia en los lugares elevados. Fue Lorena el iniciador de la enseñanza de la antropología en el Perú, regentando esta cátedra en la Universidad del Cusco por muchos años. En el No. 13 (1907) se publica un artículo de M.E. Corazao sobre un nuevo teorema en geometría, y un elogio que sobre el mismo hace F. Villarreal, transcrito de la **Revista de Ciencias**. Este boletín fue continuado por la **Revista Universitaria del Cusco**, la cual siguió publicando los estudios de F. Herrera sobre la flora del Cusco. Se aprecia en esta revista la reimpresión de ar-



APÓLOGO HISTÓRICO SOBRE LA CORRUPCIÓN DE LAS Colonias Romanas de África.

LA parte histórica que es la primera en el orden de este Mercurio, nos merece un lugar de predilección. Quiéramos que estuviesen en nuestro poder todas las preciosidades de los archivos para enriquecerla y hermosarla. A este fin hemos comprado una cantidad prodigiosa de manuscritos, que hasta la presente han estado confundidos entre el polvo, y en olvido. Antes de que por la tarde estábamos examinándolos, quando el Censor de nuestra Sociedad propuso la idea de compilar y dar á luz una historia de la moral pública de estos países. Desde luego rechazamos el pensamiento, no solo por su arididad, sino tambien por el riesgo que trabe consigo de no agradar, ó de ser tomado en mala parte. Aquel instaba para que se adoptase su proposición; nosotros apartámosla toda nuestra facundia para persuadirle que erra injusto nuestro rechazo. En encuentro fortuito nos hizo acabar la disputa. Fue el caso que entre los dichos manuscritos apareció un pergamino medio carcomido, que no sabemos si es de Tácito, de Plinio, ó de Suetonio. Tenia el mismo epigrafe que está á la cabeza de este rasgo, con un tezo en el exordio, y carecia de final. Nos pareció su contenido muy arduo á la materia de que tratábamos; y así nos convertimos en traductores literales; y publicarlo por ver si este respetable Público es bastante dócil para recibir con

títulos publicados en el Boletín del Centro Científico del Cusco.

Fue Herrera un botánico autodidacta, catedrático de la Universidad del Cusco, de la cual fue rector interino, y autor de numerosos artículos sobre su especialidad, publicados en la Revista de Ciencias y el Boletín de la Sociedad Geográfica. Es uno de los más prolíficos autores del Perú en la primera parte de este siglo. Queda aún por hacer una apreciación cabal de sus aportes, la cual deben realizarla los conocedores de la botánica.

La revisión de las primeras publicaciones científicas del Perú permite establecer algunas deducciones:

— El inicio de la Ciencia en el país ha sido muy modesto, y limitado a algunos campos del conocimiento; los aportes han sido el resultado de esfuerzos personales o de pequeños grupos, sin que medie un apoyo significativo del gobierno.

— Entre los contados científicos peruanos se aprecian relaciones de amistad o de formación que evidencian en el país el rol del ejemplo en el despertar de las vocaciones científicas.

— Las primeras revistas científicas peruanas, Mercurio Peruano y Memorial de Ciencias Naturales, fueron muy superiores a las que se publicaron cien años después.

— Hay un intervalo de sesenta años (1827-1884) en el cual no se publica en el Perú una revista científica; este lapso corresponde a los períodos que Basadre ha denominado "la prosperidad falaz, la crisis económica y financiera", y de la guerra con Chile.¹¹

— La Guerra del Pacífico tuvo un efecto devastador sobre la incipiente Facultad de Ciencias que, creada en 1868, empezaba a conformarse y no llegó a alcanzar un desarrollo adecuado.

— Se advierte la participación de varios médicos en las publicaciones y sociedades científicas iniciales del país, expresión de un "vacío" que era cubierto, como en otros países, por los graduados en medicina.

El modesto inicio y ulterior desarrollo de las ciencias en el Perú es similar al de otros países hispano-americanos y se explica en el marco de la influencia de España en sus colonias, lo que persistió muchos años después de declararse la independencia.

España ha cultivado poco las ciencias y

ello es motivo de preocupación entre sus estudiosos. Se ha dado varias explicaciones a este desapego español por la ciencia. Entre otras:

a) Su aislamiento en los siglos XVI y XVII; se recuerda el famoso edicto de Felipe II en 1559 que prohibía a los españoles estudiar en otros países, buscando así evitar que la Reforma llegase a su país.

b) La expulsión de los árabes y la persecución de los judíos, en cuyas manos se encontraba la ciencia; la subestimación del ejercicio intelectual por los españoles, derivado de lo anterior.

c) La persecución por la Inquisición de los contados cultores de la ciencia, entre las cuales se cuenta el sabio Mutis en Colombia, uno de los colaboradores del Mercurio Peruano.

d) La insistencia en lo práctico, señalada por Menéndez y Pelayo, Ramón y Cajal y Rey Pastor.

e) La preferencia por la vida religiosa y la salvación del alma.

Es posible que todos estos factores tengan que ver con el desinterés español e hispanoamericano por las ciencias, y debe ser preocupación constante de nuestras universidades precisar los y buscar su corrección.

REFERENCIAS

- 1.— Farrington, B. *Ciencia y filosofía en la antigüedad*. 2da. ed., Ariel, Barcelona, 1972.
- 2.— Raimondi, A. *Anales Universitarios del Perú*. T. I, págs. 136-224. Lima, 1862.
- 3.— Villarreal, F. *La Gaceta Científica*. T. IV y V. Lima, 1888-89.
- 4.— Herrera, F. *Revista Universitaria* Año XIII, Vol. II, 2da. época, Cusco, 1929.
- 5.— Alcalde Mongrut A. "La bibliografía química americana del siglo XVIII apreciada a través del Mercurio Peruano". En *Boletín Químico Peruano*. 2: 108-110. Lima, 1949-50.
- 6.— Cueto Fernandini, C. "1791 en 1964". Prólogo a la edición facsimilar del *Mercurio Peruano*, Biblioteca Nacional del Perú, Lima, 1964.
- 7.— Guerra-García R. "VII Jornadas Peruanas de Endocrinología". *Resumen*, No. 53, Ica, 1977.
- 8.— Roche, M. "Early History of Science in Spanish America". *Science*, 194: 806, 1976.
- 9.— Alcalde Mongrut, A. "El Memorial de Ciencias Naturales. Lima, 1827-28". *Bol. Bibliogr. U. San Marcos*. 24: 82-150. Lima, 1954.
- 10.— Basadre J. *Historia de la República del Perú*, Ed. Perú-América. Lima, 1963.
- 11.— *Idem*.

Antes de abordar este tema, tan cargado de hechos amenazadores, conviene decir algunas vaguedades sobre lo que es el humorismo:

La mejor definición hasta ahora, es la mía:

El humorismo es la manera más grata de dorar la píldora. . .

Manera, dorar, píldora, son tres palabras claves; tres factores fundamentales e indispensables de humorismo. La píldora es la vida; el dorarla es, simplemente, piedad, y la manera de dorarla es, justamente, la forma sonriente del humorismo. Se trata, pues, de una actitud amable, casi alegre, pero válida, de excusa, de disimulo y hasta de rechazo, entre el destino doloroso del hombre y frente a su tremenda vanidad.

Sin fondo humano y sin sonrisa que alivie o corrija la angustia, el pesar o el error de ese fondo, sacándole a a superficie risueña de las cosas, no hay humorismo posible.

Humorismo sin base de piedad es crueldad pura; ironía y burla demoleadora y gratuita. El humorista que se ríe de la desgracia humana, por ser desgracia, se convierte de humorista en desgraciado; pierde todo su encanto. Por más risa que cause, deja de ser absurdo y acaba anulándose en una lógica y doble tristeza. . . El humor negro resulta al revés. . .

Piedad y cristianismo van muy juntos; por eso el gran filósofo y escritor católico Romano Guardini, a quien leo porque tengo de místico aunque no lo parezca, dice lo siguiente sobre la falta de humorismo de Pascal:

"En las Provinciales reluce su rudeza y silba el látigo. Pero nada de humor. . . parece que en su familia nadie poseyó esta fuerza fundamen-

tal y a la vez humana, metafísica y religiosa, que capacita para resistir lo malo de la existencia sin recibir daño alguno interior. Parece como si todo el jansenismo careciera de sensibilidad".

Era el jansenismo serio, de una seriedad inquebrantable. Pero, ¿no significa ya un juicio crítico sobre él esta clase de "seriedad" cristiana, el hecho de tener que confesar que carecía de humor?

La bondad, la libertad y la aceptación comprensiva de lo que existe ¿qué son, si no humor? Pascal carecía de lo que, en cierto sentido, "humaniza" el espíritu, lo que lo libera, lo que lo modela, lo que lo ayuda. . .

Como vemos, el pobre Pascal era un espíritu descarnado en el abismo de Dios; esa fue su grandeza, inmensa, pero árida, sin la menor sonrisa de piedad para nuestro absurdo. Pascal no hubiera comprendido, por ejemplo, a Charles Chaplin. Le habría dado seguramente cólera, mientras que San Francisco, en su tierna humildad, se hubiese divertido y llorado con él. . .

En otro párrafo, Romano Guardini, tratando del destino, dice:

"También el humor constituye una manera de intento humano de acabar con el destino. El humorista no se afana por cambiar el signo de la existencia, sino que ve las cosas con todas sus durezas, rarezas y extravíos. Sólo comprende lo que debe comprender sin más, y comprende mucho. En lo que no comprende, adivina un oculto sentido.

En lo raro y extraño siente placer, y no sólo como en lo original e interesante, sino porque le confirma su propio ser lleno de contradicciones. Anhela un mundo armónico y ordenado; pero, si le fuera dado, no podría permanecer en él. De aquí que no sólo acepta las contradicciones y

* Texto de la conferencia que el autor dictó en la Casa de España el 22 de febrero de 1979.

SOBRE HU



HUMORISMO*

LECTOR VELARDE

ra Harold, que es inglés y criollo,
n todo afecto.



absurdos aparentes, sino que le concede, afirmándose a sí mismo, un extraño derecho. Con esto se levanta sobre el acontecer mundano y sobre su propio ser, hacia un lugar inefable".

No es para hablar bien de los humoristas, pero es evidente que los que saben que en el mejor de los mundos todo es imperfecto, se acomodan a la imperfección con la sonrisa en los labios.

¿Qué puede entonces el destino contra ellos? Es, en el fondo, una virtud que, contra el Diablo, trasmuta el destino cruel en Providencia benevolente. . .

El humorista es el único que no encuentra absurdo este mundo, sin tonos dramáticos ni de intelectual, y ahora hay razones nucleares para encontrarlo absurdo porque, revelando sus disparates, identifica su esperanza con ese mundo del cual él hace parte.

En matemáticas, las pruebas por el absurdo son las más sólidas de todas porque no hay experiencia ni lógica posibles que las contradigan.

El humor es una prueba de lo positivo de la vida por el absurdo; de su verdad y esencia.

No hay ningún humorismo en probar la existencia de la nada.

Creo que ya no es necesario insistir sobre el terreno firme del humorismo; el destino del hombre, su dolor, su imperfección. Eso es lo que al principio definía yo por la palabra "píldora". Tampoco insistiremos sobre su recóndito sentido, donde se esconde la piedad por dorar esa píldora.

Lo que deseamos saber ahora es la manera de dorar la bendita píldora, la forma en que debemos tomarla y tragárnosla sonrientes como si fuera un bombón apetitoso.

La contradicción es flagrante. ¿Cómo puede armonizarse lo alegre del humorismo con el dolor del hombre?

Aristóteles dice que cuando en las cosas la forma supera al fondo, aparece lo ridículo. Esto, en cierta medida, envuelve lo humorístico y aclara, en todo caso, que su forma, no correspondiendo a su fondo, presenta un vacío entre lo aparente y su contenido. ¿Cómo salvar ese vacío? ¿Cómo saltar por encima de él o construir con él un puente para llegar a la entraña del humor? Los ingleses resolvieron el problema. Por eso fueron y siguen siendo los maestros del humorismo.

Desde principios de 1400 tuvieron el buen gusto y el coraje de aceptar los "humores", es decir, los líquidos fisiológicos, que entonces se consideraban en medicina origen y causa de todas las enfermedades del hombre y de sus consecuencias psicológicas, como cosa llevadera y hasta curable, siempre y cuando hubiera voluntad y la costumbre de soportar esos humores uniéndolos estrechamente a la compostura de la educación y a la sonrisa. Sólo una eficiente lógica de la alegría contra los humores, fuentes directas o indirectas de dolor, podría transformarlos en cosa amable y hasta divertida.

Los ingleses lograron el truco. Llegaron a dominar la contradicción como prestidigitadores parsimoniosos y llamaron a esa prueba "humor". No hubo juego de palabras sino de alma.

El humorismo no resulta, pues, una secreción "humoral" del intelecto, por más genio que haya, ni del hígado, por más bilis que contenga; la secreción es esencialmente cardíaca. Sin corazón no hay humorismo de fondo auténtico.

Los mismos humores que llegaron del medioevo aquejaban a los hombres de épocas recientes, a los latinos, por ejemplo, y de ahí lo que hasta ahora entendemos como una persona de mal o buen "humor". Eso no tiene nada que ver con el humorismo.

De los ingleses hemos aprendido todos humorismo y nadie puede igualarlos en ese género tan propio; debe ser porque se necesitaba isla y neblina, es decir, alejamiento, seguridad, independencia, prudencia y tacto. En todo caso, el humorista casi siempre ha sido un aislado que opera un poco en acecho, sin escándalo y con gran libertad.

Aquí tocamos la piedra angular de la construcción del puente en el vacío entre dolor y risa: la libertad. No hay humorismo sin libertad. Pero esa libertad es ante todo referencia moral; ni estúpida y suelta como la mosca, ni traicionera y cruel como la del lobo. No olvidemos que el humorista desaparece si no hay piedad de fondo. La libertad del humorista tiene un radio de acción inmenso pero un centro fijo, estable, absoluto, una referencia sin la cual no podría hacer humorismo sino chistes sueltos y esa referencia es la creencia en unas pocas verdades que él considera eternas. Un humorista, por ejemplo, con los evangelios en la mano y en el corazón, es la encarnación del absurdo, pero es absurdo positivo y de una concluyente penetración espiritual. El humorista juega libremente con todo lo pasajero, pero alrededor de una fe, de algo inmovible, que no es precisamente la variabilidad y pretensión del hombre sobre la tierra. Y esto desde el metafísico Swift, hasta el tremendamente religioso Chesterton, pasando por el diablo de Bernard Shaw que, en el fondo, no creyó sino en Dios.

Mark Twain decía que el humorismo era enseñanza y predicación. . . El se sentía un sacerdote de la risa.

Se trata, pues, de una libertad de raíz moral que los ingleses poseen a veces hasta los límites del cinismo pero, en todo caso, que nunca debe ser superada por la negación, por la pasión, el instinto, el interés, el sentimentalismo o la intelectualidad pura.



De ahí que no pueden concebirse condenados, niños y salvajes humoristas. Los pueblos primitivos no conocieron el humorismo, y la mujer, tan apegada a la naturaleza, es raro, rarísimo, que se revele humorista. Un humorista engagé, por ejemplo, es la negación misma de su razón de ser. Puede ser cómico; pero queda en el aire. No hay nada más detestable que un humorista que haga propaganda; algunos vendedores se la dan de humoristas y hacen chistes para vender su mercadería comercial o política; eso es una de las peores aberraciones del género.

Sin embargo, ¡qué propaganda la que estoy haciendo!

En resumen: el humorismo es una mezcla piadosa y tranquila de verdad y disparate, donde la piedad es lo humano, la tranquilidad es la falta de apasionamiento y la mezcla de verdad y disparate es lo cómico y lo triste, lo que se dora. . .

Ahora, ya que estamos en época de computadoras, veamos un poco la técnica del humorismo. Bergson, en su delicioso librito *La risa*, determina que cuando lo mecánico, lo automático, se aplica a la vida, se produce la risa y, en lo más profundo, el humorismo. . .

1.— La risa se produce cuando una repetición mecánica se aplica a la vida. Ejemplo: una persona que se cae, una, dos, tres, cuatro veces al suelo porque el piso es resbaloso.

2.— La risa se produce cuando un aumento mecánico se aplica a la vida; "bola de nieve". Ejemplo: a un señor se le cae un paquete; por recogerlo golpea a un niño, el niño chilla, un perro bravo les ladra, acuden, interrumpen la vereda, insultos, policía, tumulto. . .

3.— La risa se produce cuando lo mecánico causa la ruptura con la vida. Ejemplo: un gallo en pleno canto o un baldazo de agua a un señor pronunciando un discurso. Esta ruptura trae un cambio imprevisto donde salta lo absurdo y estalla la risa.

Me voy a permitir ilustrar la hipótesis de Bergson con algunos extractos de cuentos que pretenden ser humorísticos.

Ilustración No. 1.—
 Repetición mecánica.—
 "El chequeo".

"No bien puse pie en el aeropuerto, me abrazó un amigo y me dijo:
 — ¿Supongo que te habrán chequeado?"

Luego vinieron otros amigos, la familia, y mientras me acompañaban, me cargaban las maletas, y me llevaban a casa, me decían y oía que se decían entre ellos:

- Ojalá que se haya chequeado. . . (En voz baja).
- Creo que no se ha chequeado. . . (En voz baja).
- Lo mejor para chequearse es Rochester.
- No; se chequea más barato en Nueva York.
- ¡Qué bueno es chequearse!
- Yo ya me hice chequear en Lima.
- ¡Qué bárbaro! Si no tienen aparatos.
- A Lola la chequearon en Boston; no tenía nada.
- A mí me dolía aquí, me hicieron un chequeo a fondo en Filadelfia, el doctor Walter, y hasta ahora. . .
- Qué suerte, a mi mujer la chequearon en el Central Hospital de Detroit, algo admirable, tú sabes que purgan, pues hijo, hace tres meses de esto y no para. . .
- A veces se equivocan.

Mientras me revisaban el equipaje una señora me decía:

- Rosita se chequeó, Carlos se chequeó, Manuel se chequeó, Anita también se chequeó. . .

Luego seguí oyendo:

- Hay que chequearse por lo menos dos veces al año, por no chequearme me sacaron todos los dientes, mira. . .
 - ¿Y el ojo de Pedro?
 - No, si no fue el ojo, lo chequearon y resultaron lombrices.
 - ¡No hay como chequearse!
 - A tu hijita, ¿ya la chequearon?
 - A Tula la chequearon en San Francisco, ahora están chequeando en San Francisco, baratísimo. . .
 - ¿Quién te chequeó a tí?
 - A mi tía Juana la chequearon y se murió.
 - Yo aguanté muy bien el chequeo cuando me chequeó el doctor Powell.
 - En Chicago le descubrieron a Julia la menopausia con un chequeo perfecto.
 - ¿Sabes lo que le pasó a Pamela por no chequearse? Se torció.
 - Ir a los Estados Unidos y no chequearse es un disparate.
 - El año pasado, en el Saint Jertrus Hospital, encontré a veintisiete peruanos chequeándose; encantados. Me acuerdo que el zambo Quiñones salió en cuatro patas.
 - ¿Quién se ha chequeado aquí?
- Mientras subía al auto me enseñaban una foto inmensa:
- Fíjate, fíjate, la radiografía del Chicho, en el chequeo le encontraron este pedrón.
- Y seguí oyendo:
- Yo y toda la familia nos chequeamos el año pasado, no teníamos nada y nos hemos quedado sin nada.
 - ¿Qué es el check up?

- Que te trajinan de galope.
- El che, che, ehe, che, che. . . chequeo. . . (Mi prima que es tartamuda).
- Ay, no, yo no me chequé porque donde pueden te meten un fierro.
- Nosotros nos hicimos chequear por partes en Alemania; principian desde arriba, primero el pelo. . .

Quando llegué a mi casa pensé que mi viaje había sido inútil, que tenía que volver pronto, el dolorcito en la ingle me había aumentado, la presión me subió, me sentí mal, muy mal, me acosté y aquí estoy en cama rodeado de amigos y parientes que se turnan para no dejarme solo y que me repiten:

- ¿No ves? ¿por qué no te chequeaste en los Estados Unidos? ”

Ilustración No. 2.—
Aumento mecánico.—
“Sociales”.

“No pudiendo quedar sin conocer la causa de su locura y sobre todo sus efectos que, me habían dicho, eran terribles, me fui donde el doctor Vieli, director del manicomio.

- ¿Qué le pasa a Max Notttinger? Hágame el favor de decirme.
- Algo muy interesante, me replicó el doctor. Ud. conoce a Max. Sabe Ud. que vino directamente del Canadá, como representante de la British Machinery Company. Pues bien, este muchacho cuando llegó a Lima no conocía sino la Universidad de Toronto, donde había pasado toda su juventud; allí se aseguró el contrato con la British Machinery Company. Sé que sus padres son de origen alsaciano, que es gente muy honrada, pero modesta. Max tenía un magnífico sueldo como agente de esa compañía en Suramérica. Aquí no estaba sino de paso. El destino ha hecho que se quede entre nosotros. . . Max se enamoró de Chabuca Villalonga.
- ¿La gordita?
- Sí, la menor —me respondió el doctor Vieli.
- Siempre los veía en el Paseo Colón —murmuré, recordándolos.
- Bueno. El noviazgo fue muy rápido y agitado, porque la familia necesitaba irse a Europa pronto, no bien se casase Chabuca; una enfermedad de la señora. . . El hecho es que al pobre Max lo tuvieron durante tres meses seguidos haciendo visitas de presentación a personas que él no conocía, luego escribiendo esquelas, partes de matrimonio, dando pésames y felicitaciones con los señores Villalonga sin conocer los verdaderos motivos. Max se sentía en un mundo incomprensible y agradable. Iba a los téés, a las comidas, a los bailecitos como un autómatá sonriente. Max tenía un éxito enorme entre las amigas de Chabuca. Luego vino el matrimonio. A Max se lo llevaron al **Embassy** los amigos de los hermanos de Chabuca y le dieron la última comida de soltero. Max hubiera querido quedarse con Chabuca. A Chabuca le dieron sus amigas una linda sorpresa. La sorpresa fue en realidad para Max; no comprendía el por qué de esos cantos y bailes en que se le recordaba su acento inglés y en el que se reían de él. La profusión de regalos que recibía llegó a atolondrarlo. ¿Qué significa esto? , se preguntaba al ver llegar relojes de pie, treinta o cuarenta marcos de plata, quince juegos de **toilette**, mesitas

coloniales, un juego de comedor, pantallas y flores, flores que ya no se sabía donde pisar y cuyo perfume lo asfixiaba.

— La primera manifestación rara de Max, y que se pudo observar en aquella época, fue cuando Chabuca hizo una pequeña exposición de todo su ajuar para que, durante tres días, pudieran mirarlo sus amigas. El último día, Max se presentó donde Chabuca con una maleta, la abrió y principió a extender en un sofá de la sala sus pijamas, calzoncillos, camisas y camisetas. Ya se puede Ud. imaginar la impresión que esto causarí.

— ¿Lo tomarían como una broma?

— De mal gusto, en todo caso —replicó el Doctor Viel—. Bueno. Una vez casados, vinieron las visitas de agradecimiento, nuevas presentaciones, resentimientos, personas que no saludaban a Max por la calle, partidos de bridge, incidentes desagradables, pues el suegro de Max no era amigo del Gobierno y el gerente de la British Machinery Company detestaba al señor Villalonga. Max, por más visitas que hacía, acabó perdiendo el puesto. Felizmente Chabuca tenía su rentita. La familia se fue a Europa y ellos se quedaron en la casa del Paseo Colón. Chabuca no tardó en "salir mal". Max tenía que hacer las visitas solo y atender a las personas que venían a la casa. Esto fue aumentando conforme avanzaba el estado de Chabuca. Cuando nació el bebé, Max no tenía manos para atender el teléfono, para comunicar a todos el acontecimiento, si era hombrécito o mujercita. La clínica Franco se repletaba de señoras, tías de Chabuca, de amigos y amigas. Max era una verdadera máquina de frases políticas, de cumplimientos, de amabilidades. Vino después el bautismo, la fiesta, la repartición de cajitas y medallitas a cada uno, según la categoría, y siguieron las visitas, los té, las comidas, los bailecitos.

— Pocas semanas después, Max cayó enfermo. Una hernia. Chabuca le dijo que era mejor no decirle a la gente que era hernia, sino apendicitis. Max explicaba veinte veces por día toda una historia sobre su apéndice. Lo operaron. Las relaciones, parientes y amigos acudían en tropel a la clínica. Max, debilitado, con fiebre, sentía el run-run de los consejos, de las exclamaciones, de las indicaciones, buenos deseos y dudas, el abrir y cerrar de paquetes, el ir y venir por el cuarto de personas silenciosas. Cuando oía voces que decían, por ejemplo: "Volveré por la tarde", Max daba un salto en la cama, se abochornaba, se le nublaban los ojos, le aumentaba la fiebre. Una tarde, Max dio un grito interrumpiendo el cuchicheo de las visitas que atendía Chabuca.

— ¿Por qué no ha venido la señora Senteno? ¡¿Por qué?!

¡¿Por qué?! ¡¿Por qué?! , preguntó Max sentado en la cama, tirando violentamente todo lo que encontraba en la mesita de noche y gritando a voz en cuello ¡ ¡ ¡ me debe visita, me debe visita. . . ! ! !

Llamaron al doctor; inyecciones, baños. Nada. Max ya no hablaba sino de visitas, enfureciéndose cuando no venían. Como es de suponer, la gente ya no iba a la clínica. La locura de Max se volvía peligrosísima y, aquí lo tiene usted. . . Felizmente ya se ha estacionado la enfermedad y está por lo general tranquilo. Se pasa el día dejándole tarjetas a los otros locos, convidándolos

a tomar té, a jugar bridge, organizando bailes y recepciones, siempre de jaquet, amable risueño, político. . .

¡Ah! , pero cuidado que un loco no le pague la visita o no le deje tarjeta. ¡Hay que amarrarlo!

— Y ¿cómo hace usted? —

— Nada, el personal ya está al corriente y se encarga de hacerle visitas. . .

Ilustración No. 3.—
Aumento de lo mecánico.
“Leyes naturales”.

Totito cumple hoy ocho años. Ayer se le dio magnesia para que tuviera el estómago limpio, ha pasado una noche agitada y se le ha vestido con su mejor traje que, por ser del santo anterior y haber Totito crecido mucho, le queda naturalmente corto. Totito, debilitado por la magnesia y la mala noche, levado, jabonado, remojado como nunca, casi desnudo porque el pantaloncito de terciopelo no le baja de la ingle, saliendo cada minuto a la puerta de calle, espera febrilmente los regalos de la familia, que llegan generalmente antes del almuerzo. Totito principia a comer chocolates.

Totito está ya preparado, listo, en guardia para la lucha, para la gran experiencia, para la estupenda batalla selectiva.

A Totito se le ha organizado un almuerzo con amiguitos y amiguitas, en el jardín, en mesitas separadas, con cocktailitos, bocaditos y butifarritas. Todo para niños. Totito se atraca.

Luego vienen los juegos en el jardín. Totito no se baja del columpio hasta que las náuseas y el frío de la garúa lo ponen trémulo y verde. Entonces, para que reaccione, uno de sus tíos, deportista, le dice que apueste carreras. Totito se pone violeta y chorrea sudor. Totito, para refrescarse, se toma un litro de fresco helado de tamarindo que se ha preparado tres días antes para el caso. Totito aguanta.

A las cinco viene el cinema y se instalan dos secciones: el cuarto para la función del programa infantil sonoro y la gran mesa de dulces en el comedor. Estas dos secciones están separadas generalmente por un patio con el piso encharcado.

En la habitación que se ha escogido para la función cinematográfica, se instalan los niños en el suelo. Totito, en primera fila, se pega al écran. Las amas de todas las razas y olores se ubican en los quicios de las puertas y algunos miembros prominentes de la familia entran, salen, dan órdenes, apagan la luz, encienden la luz y llaman a las criaturas al comedor después de cada película.

De un lado tenemos el ruido ensordecedor de una máquina parlante de teatro metida en un cuarto, los dibujos animados en colores, que se repiten sobre las narices de Totito con la vibración y el apuro de un motor enfurecido, el humo denso de fumadores curiosos, la picazón en los ojos, el olor in crescendo de las amas y la gritería rechinante y aguda de los niños.

De otro lado, la mesa de dulces con cuatro mil voladorcitos,

merenguitos, chocolatitos, empanaditas, yemecitas, cositas de Cañete, cositas de Santa Ana, y rodeada de gente grande que siente por entre las piernas a los niños que, con la boca a la altura de la mesa, engullen como si los dulces les cayeran solos, uno tras otro, sin parar. . .

Totito pasa y repasa del cinema al comedor, rojo hirviendo, hinchado, con los ojos brillantes, con las orejas encendidas, con los pantaloncitos en la ingle y atravesando el patio encharcado.

Totito aguanta.

Llegan las ocho de la noche. El operador de cinema ya no puede más. Ha pasado ocho cintas de dibujos animados en colores, con ruido y a toda viada. Los niños hacen un último repase en el comedor y vuelven al mismo cuarto de la función cinematográfica donde ahora suena la hora infantil de la radio. Ahí se oyen las voces endebles y lastimosas de las criaturas cantando tangos llenos de dolor sensual y de pasión primitiva. Totito escucha religiosamente cómo la percanta sale del cabaret para ir al hospital, cómo la vieja del malevo se muere de pena en un conventillo y por qué la farabuta infiel apuñaleó a una mina en el bulín de un jovencito gomina. Totito repite todos estos cantos a pedido de las amas.

Totito aguanta.

Son las nueve y media. Los amiguitos se van. Totito queda como inconsciente con sus juguetes regalados. Los quiere hacer funcionar todos al mismo tiempo mientras le dan su sopa. Totito ya no puede abrir la boca, no puede moverse, tiene cuarenta grados de fiebre, delira. Le echan dos litros de lavativa, le dan tres aspirinas, se retuerce en una convulsión y se queda tiesecito. . .

A la mañana siguiente. ¡Victoria! Totito estaba vivo.

Ilustración No. 4.—

Ruptura Mecánica.—

Aquí lo mecánico rompe la unidad entre forma y fondo de la vida, dejando a la forma suelta y dominante en la exageración y el absurdo. Llegamos a la definición de Aristóteles: "Cuando la forma supera al fondo aparece lo cómico": Aquí la forma deshace al fondo.

"Toros en Chicago". Zeñó Manué.

Como tú sabes ya hay corridas de toros en este maravilloso país. Se inauguraron con motivo del Día del Buen Vecino. Claro que no son exactamente como las de Acho, pero te diré que la que acabo de ver aquí, en Chicago, ha sido magnífica. Contrataron para dos corridas, la de hoy y la del jueves, a los tres mejores matadores de España. A Chapalito, a Carlete y al Pita. A Chapalito con cuatro millones de dólares, a Carlete con dos millones seiscientos mil y al Pita con un millón. Seis toros cruzados con bisonte de las pampas de Oklahoma. La plaza formidable: ¡350,000 personas!

¡Qué gritería! Todos hacían apuestas mientras se oía pregonar con altoparlantes: "Spanish Sandwiches!" "Pandereta nuts!" "Orange juice from the Alhambra!" "Hot bull dogs", etc. Minutos antes de la

corrida recorrieron la arena unos jóvenes vestidos como gitanos, los "Triana Boys", seguidos por tres carneritos y que gritaban dando de saltos frente al palco del Gobernador: "Ra, ra, ra. . . , orehy, orehoo, orehaa. . . ra,ra,ra. . ." Luego se fueron y salió por la puerta del toril un gran cortejo de carruajes y jinetes; en los coches abiertos iban como cinco pisos de gringas lindas vestidas de manolas y en los caballos se veían gauchos argentinos, cowboys del Far West, charros mexicanos y cholos de Ayacucho. Una banda de la marina tocaba a todo rabiar: "España, madre querida". De pronto oí como si todas las sirenas de incendio de Chicago se pusieran a aullar; era el aviso para que saliera la cuadrilla. No había alguacil. La cuadrilla la presidía una muchacha estupenda, vestida como los soldados de Flit bien quebrada de cintura y que marcaba el paso de la marchita como caballito repiquetero. Con una inmensa llave, la del toril llevaba el compás de la marchita. Tras ella venían los músicos vestidos de moros con tonguitos dorados de tapa; hua, hua, hua. . . —Tú me comprendes—. Luego Chapalito, Carlete y el Pita muy bien vestidos. Después los banderilleros y los peones; todos americanos de la escuela de toreo de Boston. Tras ellos apareció una pequeña división de tanquecitos ligeros con picadores arriba, un grupo de enfermeras con camillas, monos sabios protegidos con cascos y rodilleras de béisbol, un cordón de policías, otro cordón paralelo de bomberos con sombreros calé y finalmente, la mascota de la corrida: un elefantito. La silbatina era ensordecedora.— Aquí silban cuando les gusta.— Yo pregunté qué eran los tanquecitos y me dijeron que la Sociedad Protectora de Animales había suprimido los caballos de pica e introducido otras modificaciones, por ejemplo, no se corta oreja, rabo ni pata sino se le serrucha al toro el cacho con un serruchito eléctrico. Un torero puede recibir así como premio uno, dos y hasta doce cuernos en una tarde. De nuevo tocaron todas las sirenas de Chicago y se abrió la puerta del toril; salió un bicho furibundo mitad toro y mitad búfalo y con un gran lebrero en la barriga: "Tome Coca-cola helada". Me fijé en el cartelito de su nombre: se llamaba "Little Bill". Luego vi sus cuernos amarillos. ¿Se los pintan? , pregunté. No, se los untan con penicilina, me respondió una señora muy enterada. Era el toro del Pita. El Pita le hizo tres verónicas magistrales y yo creí que se había acabado el mundo; un grupo de expertos españoles dio la señal de ovación y entonces principiaron las máquinas de aplaudir a funcionar conjuntamente con 350,000 pitos y silbidos, doce bandas de músicos que se arrancaron cada una por su lado y un aparato que tableteaba como una ametralladora: olé, olé, olé, olé, olé. . . Otra vez las sirenas y salieron los tanquecitos. Aquí no hay que el toro quiera o no quiera. Viene un tanquecito camuflado de bosque con picador arriba y mientras el toro se acerca a comer, el picador le aplica en el lomo una especie de bazooka: ta, ta, ta, ta, ta. . . , como una perforadora. Ya estaba picado. El toro salió disparado y tocaron de nuevo las sirenas de incendio para las banderillas. Durante la suerte de pica se levantaron casi todos los

espectadores con gran apuro para tomar el "orange juice from the Alhambra", hacer lo suyo y seguir las apuestas a ver quién ganaba, si el matador o el toro.

Lo de las banderillas es notable. Son de resorte y envueltas en papel celofán. Las colocan los toreros de la escuela de Boston como quien lanza agujones para pescar ballenas, envueltos en papelitos de colores. No las ponen por pares. No fallan una, todas juntas. Muy interesante. Pero aquí pasó algo terrible. ¡Qué susto! Imagínate que Johnny Maxwell, que es muy buen banderillero, se cae al suelo y el toro se le arranca. . . ¡Lo mató! , exclamé tapándome la cara. Cuando miré, Johnny había desaparecido y la gente tan tranquila. . . ¿Qué había pasado? Que en esta plaza no hay burladeros sino tramoyas en el piso. Un mecánico está atento con su tablero de controles, ¿hay peligro en determinado sector? , aprieta un botón y la tierra se chupa al torero. Me dicen que a veces se ha hundido el toro con tres o cuatro. . .

Cuando las sirenas anunciaron el último tercio, cruzaron el cielo dos aviones de propulsión a chorro picando sobre la plaza y lanzando puñados de papelitos de propaganda tan inesperadamente y con tal violencia que se me metieron de golpe en la boca, teniéndome que tragar uno. Se trataba de la campaña política de Mister Francis Clyton, tan hispanista. Mientras me sacaba los papelitos de la boca, el Pita brindó el toro al Gobernador y le tiró su montera. El gobernador encantado, se puso la montera del Pita y le agradeció el toro con un altoparlante diciéndole que le regalaba un Frigidaire. El Pita citó al toro. El toro nada. El Pita lo citó tres veces. El toro nada. Parao. Entonces salió un jeep blindado, a toda velocidad, con un médico y dos enfermeras y, en un santiamén, le pusieron al toro una inyección de adrenalina. El jeep se fue y el toro, después de dar cuatro saltos de cabra, arremetió contra el Pita que le hizo diez y seis manoleínas al hilo y una suerte nueva llamada el "picotón de la abeja".

El grupo de expertos españoles dio la señal de ovación y aquello fue el delirio.

El Pita no estuvo muy feliz con el estoque. Atravesó malamente al toro comprometiéndole los tendones de las patas traseras. El toro caminaba en cuclillas. Pregunté por qué no le salía sangre al toro y me explicó un señor que antes de la corrida lo preparaban con coagulantes. Bueno. Hubo un gran silencio. Aquí no se permite matar dos veces. Entre el toro y el Pita se instaló un hombre vestido de blanco con un reloj en una mano y con la otra principió a contar: uno, dos, tres, cuatro, cinco. . . Era el referee. Si el toro no muere por knock-out a los 120 segundos, el toro gana; si muere, pero bien muerto, a los 120 segundos, el toro pierde. Esta vez ganó el toro. Cuando el referee tocó el pito a los 120 segundos yo estaba prácticamente dormido y casi me tira al suelo un empellón del señor de atrás que le había apostado al señor de adelante diez dólares contra el Pita. Como el toro tenía que morirse a la larga, pero como la puntilla está prohibida por el Grupo Abel, amigos del hombre (el toro

está incluido), entonces salió el nuevo jeep con el médico y las enfermeras y se lo despacharon suavemente con una inyección-jeringa de morfina. Por último apareció una máquina de esas que llaman bulldozer, le echó lampa al toro muerto, lo suspendió en el aire y se lo llevó como una carga triunfal en medio de los estallidos del motor, la música de las doce bandas, el ruido de las orugas del bulldozer que daba vueltas al ruedo a todo full y de la gritería y silbatina de las 350,000 personas. El espectáculo fue realmente estupendo. Una vez que se llevaron al toro volvió más o menos la calma, principiaron de nuevo las apuestas, los refrescos, las salidas al baño, las venidas y los acomodos hasta que las sirenas anunciaron la salida del otro toro. El segundo de la tarde fue de Carlete; era inmenso, bravísimo y tenía cara de foca. Se llamaba "Cuddie-cuddie". Bueno, para qué seguir lo demás, fue lo mismo, igualito, tú sabes lo bien organizados que están aquí. La próxima temporada va a ser Detroit en la nueva plaza Ford para 428,000 espectadores. Todo por com putadora. Ya te contaré. . .

Al principio dije que el humorismo era la manera más grata de dorar la píldora. Ahora bien, en estos relatos elementales, ¿dónde está la píldora y dónde la manera de dorarla, es decir, el humorismo? —Muy simple—. La píldora, ya lo hemos dicho, es la vida, la humanidad misma, su destino, su cruz, su paradoja de origen. . . En "El chequeo", el dorado de la píldora está en evitar un probable infarto; en "Sociales", el do-

rado de la píldora está en no arrepentirse del matrimonio y de la paternidad a fuerza de coctelitos, regalitos, compromisos y visitas; en "Leyes naturales", el dorado de la píldora está en que no se frustre la esperanza que ha puesto toda la familia en Totito, tan resistente. . . ; y, en "Toros en Chicago", el dorado de la píldora está en apostarle al toro y no acordarse de Manolete. . .



LECTURAS... AÑOS ATRAS

ANTONINO ESPINOSA LAÑA

Los escolares, los universitarios, ya no leen. Claro, tienen que estudiar sus textos, y eso es difícil, les toma mucho tiempo. La exigencia de las materias científicas los ata a las bibliografías específicas. Además el costo de los libros y la importación casi nula, han reducido las posibilidades. El libro deja así de ser cosa común, placer compartido, vinculación.

Cuando se le pregunta a un joven si lee, y contesta afirmativamente, si le demandamos qué, responde: "Obras". Los adultos no entienden esa respuesta. Es que la lectura obligatoria, no motivada, de algunos clásicos —unos resumidos o fragmentados, otros integrales, pero inconexos—, ha sumido a los muchachos en la perplejidad. No han tomado el sabor de lo leído. Las horas dedicadas se han perdido. Sin sabor no hay saber. Terminada la tarea, sin percibirse su sentido, parece asunto cerrado, concluido; no se necesita más.

Antes parecía que para ser culto había que leer mucho. Ahora no. Y, además, ¿quién piensa en "ser culto"? Se estudia lo de la propia profesión —y basta!—, o se acude, en el mejor de los casos al *best seller*; al negocio que oscila —consumismo pretensioso— entre las supercherías tipo *Daniken* sobre visitantes del espacio, y suntuosos novelones folletinescos que ninguna Historia de la Literatura habrá de registrar.

Antes era distinto. La lectura era un enriquecimiento progresivo. Una revelación, compartida por muchos. Que era, al mismo tiempo, íntima experiencia (disciplina alegre, goce intenso) y comunión. Porque se compartía la experiencia, se hablaba de ella, hasta se hacía en común. Y como fruto nacían ancho consenso o discrepancias bríosas, que no negaban

la experiencia solidaria, sino que también la afirmaban. Por cierto, mi generación (y siempre había sido así) tenía sus propias preferencias.

Ya no Dickens, Anatole France, o Amado Nervo. Reencontramos a Chocano por Vallejo, a Daudet por Gide.

Pero antes hubo un comienzo hermoso. Muchos cuentos verbales y leídos, alimentaron nuestros primeros años de fantasía se pobló con los personajes mágicos de Perrault, Grimm y de Andersen. Luego, en *El Comercio* de la tía comenzó el 15 de noviembre de 1933, la tira de Tarzán. Varios años nos invitó, diariamente, a sus peligros, afreídos con coraje y asumidos por razones nobles. El *Tarzán* revista argentina, nos trajo al mago Mandrake y al detective X-9. *Billiken*, que dirigía Constancio Vigil, merecería un libro entero de elogio. Divertía y enseñaba, al mismo tiempo, con fórmula y estilo propios. Su excelente imprenta sería modelo aún hoy. Sus láminas de Historia o de Astronomía despejarían ignorancias básicas de muchos universitarios de ahora. Era la época en que el Hermano Arándiga del Colegio de la Inmaculada, nos leía (¡y representaba!) peripecias del Pinocho español, en pugna con el malvado Chapete. Los mayores se enfrascaban en *Tit Bist*, que mirábamos de lejos porque no tenía figuras.

Después fue el momento en que la aventura fue invitación al conocimiento. En *Salgari* hubo más dinamismo. Delgado y folletos de la Editorial Ercilla nos embarcaron en la serie, que nunca completábamos, de los piratas de la Malasia. El terrible y honrado Sandokan, el hindú Tremal Náica, vencedor de los *tunghs* adoradores de la diosa Kali, en valiente e ingenuo combate contra el imperialismo inglés, fueron nuestros ídolos. Otros navegaban en el Caribe, con



corsarios, o hacían frente a los turcos del siglo XVI, con el Capitán Tormenta, entre Damasco y Famagosta.

Y en Julio Verne, más rigor. La trama del relato se detenía en minucias descripciones de las clasificaciones de los peces, o de los accidentes de la orografía. La novela se leía como un voto ascético, no sólo por el placer de las hazañas, sino por el aprendizaje de las materias propuestas. Pero el tedio se olvidaba rápidamente cuando el Capitán Hatteras o Miguel Strogoff vencían un obstáculo, o triunfaban finalmente con su tenaz voluntad.

Vinieron entonces las iniciaciones en el terror y en la intriga policial con Poe y Conan Doyle. Aunque para muchos la cosa era más simple, y los detectives se llamaban Sexton Blake o Fu Man Chu.

No se olvidan, tampoco, esos cuadernos de la Editorial Molino con los episodios de La Sombra (que combatía el crimen "como ladrón nocturno", siempre en la oscuridad), o del sheriff justiciero Pete Rice.

Sólo algunos se asomaban a ese extenso continente que eran los 20 tomos de *El Tesoro de la Juventud*, que colaboraban en las tareas escolares, pero resultaban demasiado voluminosos para lectores inquietos.

La Guerra Mundial puso en nuestras manos infinita folletería. La información periodística, o de los "noticieros" cinematográficos, se vestía con los colores fuertes de las propagandas, pero también introducían en el conocimiento geopolítico y empujaban a rastrear los antecedentes históricos. Pasamos por Dumas y su torbellino de espadachines, amoriós e intrigas reales, y desembocamos ya, llegando a la Universidad, en las narraciones peruanas. Palma y Ciro Alegría con la fama flamante de sus primeros premios.

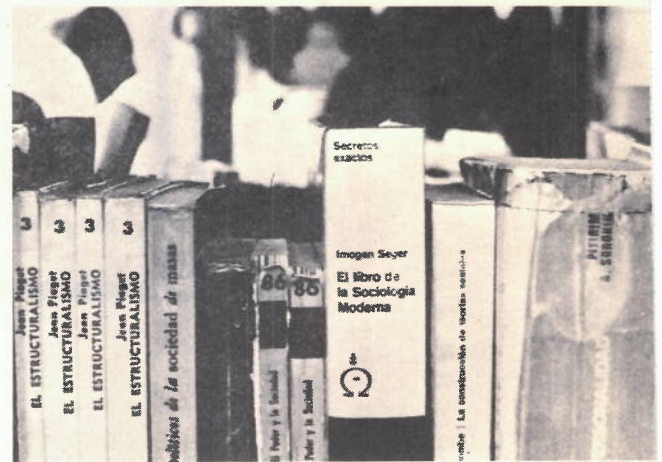
Toda la novelaría era para el "existencialismo". Pero tal vez más que Sartre nos interesaba la agonía de Unamuno, desentrañando la "apocatastasis" y la "anacefaleosis" paulinas, con ardor, en pos de la esperanza. Y las dialécticas de la verdad y de la culpa en Pirandello o en Kafka. O el humanismo estremecido y lúcido de Camús.

Proust fue lectura, en capillas fervorosas, pero con exquisitez, no turbulencia. Huxley, para los razonadores que no querían repudiar la mística. Y Faulkner o Hemingway, que los más jóvenes leían en inglés, y tal vez los imitaban en sus primeros relatos.

Basadre era estudiado con atención (la *Historia de la República* era un solo tomo) y encendía auténtica pasión de Patria en sus ensayos admirables.

Tampoco nuestra fe religiosa estuvo al margen del papel y la letra. Aunque la misma Escritura advierte (es santa y conoce el riesgo de toda letra): "La letra mata". Sí, es el Espíritu el que vivifica. Pero el Espíritu habla por el Verbo. Dios

se hizo Palabra. Y también la fe hubo de recibir siempre alimento sustancial por la voz humana, que transmitiría la tradición, y por el texto que la consignaba. Y la voz y el texto eran también vehículo de la legítima, la necesaria, especulación, que iba a sacar una verdad de otra, a desenvolver el patrimonio de la fe, a revelar su "depósito". Por eso, aquí en igual forma, se sumaron los volúmenes unos a otros. Cristo creció auténtico en nosotros gracias a Papini; la Iglesia Católica gracias a Leclercq. Claudel palpaba en el Cosmos las huellas de Dios. Y el credo religioso se hizo acicate a la acción social y política con las Encíclicas de los Papas, con Jacques Maritain (paladín de la Democracia contra todo Totalitarismo), con Lebreton (que enseñaba a cuantificar lo cualitativo).



Ningún "pichón" de abogado dejaba de depurar su vocación en *El alma de la toga* de Angel Ossorio. Los alumnos de la Alianza Francesa nos atrevíamos con el teatro de Cocteau y hasta con la poesía de Rimbaud. Los que iban al Instituto Peruano-Norteamericano escogían más bien los textos técnicos.

Las lecturas políticas, en años de desbordamiento y luego de represión, eran dispersas, incoherentes. No había un estudio sistemático. Ninguna Facultad graduaba sociólogos; "Derecho y Ciencias Políticas" era mera etiqueta, pues los cursos se limitaban a lo jurídico. Ni siquiera a esto, se reducían prácticamente a lo legal.

Por eso las biografías (Disraeli de Maurois o Fouché de Zweig) se mezclaban con *Tres años de lucha por la demo-*

cracia en el Perú (recibida secretamente de Buenos Aires por sus amigos, y leída en clandestinidad emocionada), con *La rebelión de las masas* de Ortega (que explicaba tantas cosas que comenzaban a pasar), con *Misión en Moscú* (en que un embajador americano daba su versión benévola de Rusia en guerra), o con los libros de Haya de la Torre, cuyas primeras cortas ediciones ya habían desaparecido por la incautación acelerada de las dictaduras o la compra no menos veloz de los secuaces.

Los poetas que daban palabra a nuestros amores, a nuestro lirismo, eran básicamente Lorca o Neruda. Pero también Machado (mucho antes que Serrat lo cantara, con finura y gracia, aunque también banalizando un tanto). Y unos pocos descubrimos a Rilke, luchando por ediciones que no llegaban a Lima o con traducciones imposibles, y convirtiendo sus *Cartas* en fuente permanente.

Para acercarnos al Arte —solicitados con apremio por una renovación radical, que a la generación anterior resultaba ininteligible, como en Picasso o Strawinski— nos ayudaban Ortega, con su discutible ensayo *La deshumanización del arte*, o los amenos relatos de *Las artes* de Van Loon, o, para exploraciones de mayor empuje, la *Historia del Arte* de Pijoán —editada desde 1914 en España—, o la de Elie Faure, editada en 1944 en Buenos Aires. Y la *Historia estética de la música* (leída antes y después de escuchar a Kleiber dirigir las sinfonías de Beethoven en el Teatro Municipal).

"Racso" (Oscar Miró Quesada) era nuestro Asimov, nuestro Arthur Clarke. Suscitador de vocaciones, multiplicaba sus dones de divulgador científico. Con él aprendimos, desde el eclipse de 1937, sobre relatividad o energía atómica, sobre los astros o las leyes de la herencia.

En esos años, la prensa de Javier Sologuren daba a luz plaquetas primorosas de poesía; y Juan Mejía Baca protagonizaba las proezas de vender, con baratura increíble, obras como o la última edición española de la *Psiquiatría* de Honorio Delgado o la primera edición peruana de cuentos de López Albújar.

Revistas como *Mar del Sur* de Aurelio Miró Quesada, *Las Moradas* de E.A. Westphalen, o el *Mercurio Peruano* de V.A. Belaúnde —desaparecida ya *Historia de Basadre*—, ensanchaban todas las perspectivas humanistas. Y muchos se sintieron poetas cuando Jorge Puccinelli dio hospedaje a sus cuartillas en *Letras Peruanas*.

El manantial de tanta riqueza era diverso. Los libreros amigos, "capitanes irtrépidos" en un país con alto porcentaje de analfabetos de todo tipo, pero en el que todavía se podía importar, nos esperaban en locales disímiles. Contrastaban los elegantes anaqueles del "nuevo" de la *Librería Internacional* de la Plaza de Armas, con las estanterías vetustas de

la *Librería Rosay*, en la calle de La Merced (donde nuestra avidez infantil adquiriría los clásicos, adaptados como cuentos, de la colección Araluce). Y con el callejón largo, hondísimo, de *Studium*, donde siempre había un cuarto más adentro, en que pudieran aparecer las ediciones eruditas de P. Vargas Ugarte, o los testimonios palpitantes de León Bloy. O con la renovadora "*Plaisir de France*", primera "multidimensional", que ofrecía slides y discos, libros y reproducciones de pintura.

Penetrábamos los misteriosos recovecos de las librerías "de viejo". En los alrededores del Mercado Central; o ese increíble repositorio en una vieja casa de la Av. Abancay, donde inmensas rumas de libros se amontonaban en mesas innumerables. ¿Qué buscábamos? Posiblemente la primera edición de *Trilce*, o, cuando descubrimos a Raimondi, gracias al Banco Italiano, que reeditó el primer tomo de *El Perú*, tratábamos de adquirir la edición original de ese y los otros volúmenes, lo que no era imposible.

Y la lectura era imagen y voces concretas. Recuerdo a Mariano Iberico, vestido atildadamente, inclinado sobre *La montaña mágica* en el lentísimo tren de Pacasmayo a Chilete, rodeado del vocerío de vendedores de mangos y baratijas. Escucho todavía la voz bronca de Jaime Rey Elmore repitiendo, en el Parque Salazar, las insolencias del Papini juvenil de *El hombre acabado*; mientras Rafael Sánchez Cerro disertaba sobre su entusiasmo por el pulcro realismo y el amor por las cosas cotidianas de Azorín. Y las traducciones que el P. Gerardo Alarco hacía de Kierkegaard, ante la confrontación asombrada de Carlos Espinosa, César de la Jara o Emilio Herman, antes de una reverente audición de sus discos de Bruno Walter o Toscanini. O el verbo vibrante de Raúl Porras, vehículo espléndido del *Rodil* de Sebastián Salazar Bondy, recién mecanografiado, al que seguirían agudos comentarios, en una mesa del *Pam Pam*, del Parque Central de Miraflores, con Alberto Arrese o Pablo Macera. Claro, esta no pretende ser una relación exhaustiva. Las aficiones individuales harían interminable la lista. Se ha querido sólo evocar las obras más divulgadas, los autores que reunían más adeptos. Mis contemporáneos se reconocerán en una u otra de estas imágenes de un pasado no lejano. Todas quieren ser espejo fiel de experiencias entrañables. Su conjunto fue un proceso iniciático, una vivencia generacional.

Todavía no era la hora de Borges o Marcuse, o de la avalancha de marxismo (desde las vitrinas de las librerías católicas hasta los arraigados "ambulantes" del Parque Universitario). Pero faltaba poco.

Sí; había una búsqueda y muchos encuentros, un tanteo y una realización personal.

LOS AUTORES

ARNOLD, Pedro. Licenciado en Ciencias Sociales para los países en desarrollo (Lovaina). Estudios religiosos en Filosofía y Teología (Monasterio Benedictino de Stavelot, Bélgica). Ha dictado diversos cursos en la Universidad de Lima, la Pontificia Universidad Católica del Perú y el Instituto Pedagógico Nacional (Monterrico). Ha publicado diversos trabajos sobre temas de su especialidad.

BLANCO, Desiderio. Semiólogo y crítico de cine. Doctor en Educación. Estudios de post grado en Semiótica Cinematográfica y Literaria (Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales, París). Profesor Asociado en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Director del Programa Académico de Ciencias de la Comunicación y Director Universitario de Evaluación Pedagógica en la Universidad de Lima. Próximamente aparecerá su *Metodología del análisis semiótico* (en colaboración con Raúl Bueno) en la colección "Biblioteca de la Universidad de Lima".

ESPINOSA LAÑA, Antonino. Abogado. Profesor Principal de Sociología del Perú (Universidad de Lima) y Profesor Asociado de Historia de la Cultura (Universidad Cayetano Heredia). Actualmente es Secretario General de la Universidad de Lima así como Jefe del Departamento Académico de Ciencias Humanas en el mismo centro.

GUERRA-GARCIA, Roger. Médico. Post grado en Endocrinología en New York y Boston. En la actualidad es Director del Instituto de Investigación de la Altura (Universidad Cayetano Heredia).

GODELIER, Maurice. Antropólogo y economista. Colaborador de Lévi-Strauss en la Ecole Pratique des Hautes Etudes (París). Entre sus obras principales deben ser citadas *Rationalité et irrationalité en économie* (1966), *Sur les sociétés precapitalistes* (1970) y *Economía, fetichismo y religión en las sociedades primitivas* (edición en castellano, 1974).

MARTIN BARBERO, Jesús. Filósofo, antropólogo y lingüista. Jefe del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad del Valle (Cali-Colombia). Presidente de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación Social. Ha publicado *Comunicación masiva: discurso y poder* (1978).

METZ, Christian. Lingüista y semiólogo. Director de Estudios de la Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales (París). Ha publicado *Essais sur la signification au cinéma I* (1968), *Langage et cinéma* (1971), *Essais sur la signification au cinéma II* (1973), *Le signifiant imaginaire* y *Essais semiotiques* (1977).

MONTES, Santiago. Antropólogo y lingüista. Profesor de Teoría de la Comunicación en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense (Madrid). Ha publicado *Teoría de la información* (1976).

NEYRA, Walter. Licenciado en Comunicación Social. Profesor y Coordinador del Centro de Investigación Social de la Universidad de Lima. Especializado en la Universidad de Porto Alegre (Brasil) y en el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESRAL). Ha publicado diversos trabajos sobre temas de su especialidad.

ROJAS, Ibico. Lingüista. Profesor de Lengua y Literatura (Universidad de Lima). Así mismo ha dictado cursos en las Universidades Nacionales de la Amazonía Peruana y Mayor de San Marcos. Fue Director Técnico de Promoción Cultural en el Instituto Nacional de Cultura. Este año obtuvo el Premio de Ensayo "José Gálvez Barrenechea".

SILVA SANTISTEBAN, Fernando. Etnohistoriador. Profesor de Antropología. Premio Nacional de Historia 1959. Fue Director de la Casa de la Cultura del Perú y del Museo Nacional de Historia. Actualmente es Director Universitario de Proyección Social de la Universidad de Lima. Ha publicado **Los obrajés en el virreinato del Perú** (1964) y **Antropología. Conceptos y nociones generales** (1977).

VELARDE, Héctor. Arquitecto y escritor. Estudió en la Escuela de Trabajos Públicos y en la Academia de Arquitectura de Francia. Catedrático universitario de Geometría Descriptiva, Historia de la Arquitectura e Historia del Arte. Vice rector Honorario de la Universidad de Lima. Su vasta obra literaria, humorística y de análisis de la arquitectura fue recogida en sus **Obras completas** (1966). Entre sus textos más importantes y difundidos deben ser citados **Historia de la arquitectura** y **Geometría Descriptiva** (1949). En 1978 se reeditó su imprescindible estudio **Arquitectura peruana**.

