

**Fernando Buen Abad Domínguez**

# **FILOSOFÍA DE LA COMUNICACIÓN**

Ministerio de Comunicación e Información



"Mi trabajo tiene un componente de urgencia que va de la audacia pretenciosa (cínica a ratos) a la autocrítica punzante. No se pone a salvo, no podría ni debería ponerse a salvo con esto. En todo caso explica el monto de humildad verdadera con que es obligatorio encarar la producción de una obra plagada, por ambiciosa, con limitaciones de tipo muy diverso.

"Quisiera que Filosofía, es decir lo que llamo producción filosófica, trabajo de filósofo, trabajador de la filosofía, tuviese por emblema siempre un pensar programático para la transformación del mundo; con una cuota destructiva, o mejor aun superadora, contra todo lo que implica explotación de los trabajadores y una cuota fértil para la construcción de una sociedad mundial libre, comunitaria, nueva.

"Quisiera con la Comunicación un aporte doble en el estudio de ella y en la producción de ella, con todo lo que aquí implica como producto del Trabajo y herramienta de Trabajo en todos los campos sociales. Comunicación para el salto cualitativo del bienestar social en estado de comunidad plena, Comunicación para el salto cualitativo tempestuoso de la conciencia hacia una Poesía hecha por todos.

"Quisiera la Política como construcción permanente que actualice y potencie las fuerzas revolucionarias de los trabajadores. Política que reponga la fortaleza de las emociones en la lucha dialéctica y que devuelva al Trabajo su dignidad y fuerza contra la explotación y que garantice la propiedad común de la riqueza y la felicidad.

# **Filosofía de la Comunicación**

Fernando Buen Abad Domínguez

Fernando Buen Abad Domínguez

**Filosofía de la Comunicación**

© **Ministerio de Comunicación e Información**

Av. Universidad, Esq. El Chorro, Torre Ministerial, Pisos 9 y 10.

Caracas. Venezuela.

[www.mci.gob.ve](http://www.mci.gob.ve)

[publicaciones@mci.gov.ve](mailto:publicaciones@mci.gov.ve)

*2006, año Bicentenario del Juramento del Generalísimo Francisco de Miranda  
y de la Participación Protagónica y del Poder Popular*

DIRECTORIO

**Ministro de Comunicación e Información**

Yuri Pimentel

**Viceministro de Estrategia Comunicacional**

Mauricio Rodríguez

**Viceministra de Gestión Comunicacional**

Teresa Maniglia

*Dirección de Publicaciones*

Gabriel González

*Diseño gráfico*

Juan Carlos Pérez Escaño

José Luis Díaz Jimenez

*Corrección*

Sol Miguez Bellan

Primera edición, marzo de 2006

Depósito Legal: If712006070708

Impreso en la República Bolivariana de Venezuela

# **Filosofía de la Comunicación**

Fernando Buen Abad Domínguez



## Prólogo

**E**n estos tiempos, en que los medios de comunicación se han convertido en punta de lanza de la desinformación dirigida contra los pueblos en lucha para construir su propio destino, este texto del compañero Fernando Buen Abad es un aporte necesario para comprender el papel del trabajo en la conformación de la conciencia y su encuentro con lo comunicacional, desde los cinco afluentes que explica en esta indispensable obra: Filosofía, Comunicación, Política, Estética y Poesía.

La Revolución Bolivariana, aún cuando sufre los ataques del sistema mediático corporativo, se mantiene dando la batalla y obteniendo victorias políticas y estéticas. Vivimos tiempos de cambios en las profundidades de “Nuestra América”, tiempos en los cuales, por primera vez, los indios, los negros, los pobres, las mujeres y todos los que no tenían derecho a existencia en la “América para los americanos” que estamos dejando atrás, comienzan a tener expresión propia desde los amplios espacios que nos da el acceso al poder.

Se trata de un poder que aún está en construcción, una estética que aún está en construcción, se trata del poder revolucionario y la estética que lo hace así, como bien dice Fernando en otro de sus textos, una estética revolucionaria en plena y constante transformación: “La estética de la Revolución es una tarea urgente y por eso es una tarea que tomará tiempo, que involucrará a muchas generaciones, que avanzará por aproximaciones sucesivas, de manera desigual y combinada, con ascensos y retrocesos... como debe ser pues. No se puede madurar una manzana con un soplete”.

Esa maduración propia de la Revolución está expresada en este libro, lo que no significa, como es lógico, que esté

explicada, porque esa no es la pretensión del autor, quien como coherente revolucionario es fiel a su visión de vida y a sus propuestas colectivas.

Este libro es eso, un aporte para la construcción de la estética de la Revolución y de la filosofía de la comunicación. Un libro necesario en estos tiempos. Para nosotros, en el Ministerio de Comunicación e Información de esta República Bolivariana naciente, nos parece ésta una obra fundamental en la construcción común que es la Patria Bolivariana, una patria solidaria con el resto del mundo, una patria que no rehuye la amistad de otros pueblos, una patria que asume, desde su propia historia, la construcción del Socialismo del siglo XXI, que también es una construcción de millones de hombres y mujeres que antes de nosotros lucharon por lo mismo.

Por último, agradecer a Fernando por la facilidad con la que hemos construido nuestra amistad, una amistad que nació al calor de la revolución. Por eso tomo su agradecimiento no hacia mí, sino como un elogio al pueblo revolucionario de Venezuela y un sincero reconocimiento a todos los compañeros que laboran en el Ministerio de Comunicación e Información.

¡Buena lectura!

Yuri Pimentel

## Dedicatorias y agradecimientos

Rindo culto a la autoridad moral de quienes luchan siempre y modelan con su ejemplo la pasión por servir a otros con interés comprometido por la felicidad de todos: los militantes revolucionarios. En ello me privilegian y benefician las convicciones y acciones inquebrantables de muchas personas que, directa e indirectamente, ofrecen e imponen su trabajo y ejemplo como exigencia ética y razón de vida. La lista es larga y las deudas impagables.

Dedico este esfuerzo a los trabajadores en general y a los trabajadores de la comunicación y la imagen en particular, estén donde estén; técnicos o teóricos, artistas o artesanos, en la cámara o en la cátedra, en los libros o en los “libretos”; con la convocatoria en la mano para que, más temprano que tarde, construyamos una organización poderosa de trabajadores capaces de contribuir, con todos los trabajadores, codo a codo, a transformar el mundo; cambiar la vida.

Alicia mi madre, tiene un lugar irremplazable, le debo más de lo ella cree y de lo que seré capaz de ofrecerle.

Si he experimentado con la fuerza más estremecedora el sentido de cambiar la vida, de ofrecerla y transformarla por, para y hacia el amor loco, siempre preñado con pasión y poesía, es porque Patricia, mi esposa, es la poesía misma y me la regala a diario. Su amor mueve de manera atlántica las aguas de mi vida. ¿Con qué se paga semejante privilegio?

A mi hijo que es dueño de mis deudas mayores. Desde el poderío magnífico de sus esperas y preguntas construye una bondad que me sacude con debates, contradicciones y esperanzas. En lo que valga este trabajo es más suyo que mío.

A mi padre Antonio que a fuerza de trabajo y cariño me dio más que lo necesario, que es mucho más que lo que merezco, fundó en mi vida parámetros infranqueables y verdades fraternales.

A todos mis alumnos, algunos de los cuales se convirtieron en verdaderos amigos, son necesariamente coautores de este trabajo, incluso a pesar suyo.

Tuve siempre la coartada, no poco contradictoria y costosa, de trabajar como autodidacta en los campos teóricos. Unas veces me negué a toda feligresía de “maestros” que me guiaran en la espiral para ascender en cargos laborales o aprecio banales. Otras veces, por ignorancia o a sabiendas, me negué a etiquetas de *escuelas* para complacer currículas. Las más de las veces, a palos de ciego, navegué de un autor a otro entre acuerdos y desacuerdos, erupciones de solidaridad y decepciones varias, todo para hacerme de herramientas estimulantes que me pusieran, frente a frente, con la tarea de producir pensamientos y acciones *propios*. Por todo esto, incluso gracias a ello, deambulé y aún lo hago, en calidad de alumno y catedrático, entre aulas universitarias cargadas de contradicciones mías y ajenas. No soy ni seré hijo predilecto de alguna pero en lo profundo de mí hay un agradecimiento verdadero y no acrítico para la Universidad Nacional Autónoma de México, la universidad Autónoma de San Luis Potosí, el Centro Universitario de Ciencias Humanas, la Universidad Autónoma Metropolitana, la New York University, la Universidad del Centro de Altos Estudios en Ciencias Exactas, la Universidad de Morón y la Universidad de Buenos Aires, la Universidad Bolivariana de Venezuela, a la Fundación Federico Engels... que entre otras han dado cabida, y a veces sueldo magro, a mi trabajo.

Dedico este trabajo, preñado de agradecimiento y futuro, a la Universidad Abierta que en uso pleno de su coherencia me ofrece una apertura inédita y estimulante para trabajar con libertad plena hacia una educación revolucionaria en más de un sentido.

Dedico, además, este trabajo a mis amigos y a los hijos de mis amigos.

A mis enemigos y a sus hijos.

A mis profesores, algunos de los cuales, por culpa mía, reniegan de ello.

A mi familia toda: abuelas tías, tíos primos... naturales y adoptados. Por su obra y ejemplo, a todos los compañeros de lucha y ruta.

Al viejo Marx, al viejo León, al viejo Vladimir, a Don Luis Buñuel y al viejo Groucho. A André Bretón, al Surrealismo y a Marcos.

Dedico este trabajo con agradecimiento especial a Yuri Pimentel, Allan Woods y Adolfo Sánchez Vázquez.

## Introducción a la edición corregida y aumentada

*“Saber seguir una línea propia y luchar contra toda línea de las fuerzas  
y clases que nos son enemigas”. Lenin*

Este trabajo es invitación a pensar ensayísticamente una Filosofía de la Comunicación. Especialmente porque en la palabra invitación se expresa el espíritu verdadero de este trabajo. La abundancia de obras, enfoques e inteligencias que sobre asuntos similares, e idénticos, se ha producido deja a este en estado de insipiencia determinante. No pude ser modesto ni humilde, termina siendo pretencioso y atrevido y al confesarlo casi cínico. Nada lo pone a salvo.

No me esforzaré por crear, ahora, una coartada literaria que dé la nota *simpática* (por otra parte imposible) en el inicio de un trabajo para que el lector y el crítico se muevan a indulgencia. Tampoco seré bonzo. El móvil real de estas líneas es la confesión y el compromiso. La certeza declarada de que este trabajo expresa, en su mejor momento, todo lo que le falta por saber y estudiar y todo lo inútil que pueden ser si no es sometido a examen en una práctica donde desea ser útil.

No dejará de ser motivo vital de esta Filosofía de la Comunicación, aunque falle, aspirar a la Poesía. Poesía animada por el estremecimiento extraordinario que produce cierta conciencia sobre los intercambios humanos más complejos, contradictorios a veces y necesariamente sociales.

No dejará de ser la Poesía, es decir, mi idea de poesía que incluye a la ciencia y a la filosofía, la estrella orientadora de este trabajo dedicado a lo mejor del ser humano.

¿Cómo facultarme literariamente para lograr una síntesis compleja, capaz de propiciar un salto cualitativo del conocimiento para el encuentro magnífico de la conciencia con las emociones que subyacen y emergen dialécticamente del trabajo humano hecho comunicación y la comunicación hecha trabajo? ¿Cómo ir, sin desviarse, hacia un trance poético, que también es político, devenido filosofar, trans-

formadora y libremente, sobre lo más humano que tenemos que es el trabajo específicamente cuando es trabajo no alienado?

Eso en todo caso, logrado o no, es el tesoro que busco, el motivo vital y su realización, por cuanto que no parece existir mejor manera de hacer comunicación sobre la comunicación más que enlazando tales dimensiones del ser y hacerse humano. Sin embargo, entre los dilemas de la claridad expositiva y las acometidas emocionales emanadas de vivir la comunicación de una manera poética determinada, median dificultades formales y conceptuales que se tornan desafíos mayores.

Fluyen y confluyen aquí cinco ríos conceptuales, del tipo teórico-práctico; caudalosos, con nacimientos, encuentros y desembocaduras, algunas veces coincidentes; son cauces de dinámica interior que se adueñan de la obra y le marcan tendencias, rutas, redes de las que soy relativamente consciente y completamente responsable. No hay vocación idealista alguna, estoy más o menos dispuesto a llamarles vocaciones, siempre provisionalmente y siempre insatisfecho, por cuanto no admito poder demiúrgico alguno ajeno a mis determinaciones sociales personales.

Esos cinco afluentes adquieren caracterización científica mejor si les llamo Filosofía, Comunicación, Política, Estética y Poesía. No obstante, si pudiera al menos, también provisionalmente, fijar un punto donde creo encontrar confluencia permanente de tales cauces, ese punto es, sin duda, el Surrealismo. O mejor dicho, quizá, la militancia surrealista, en el sentido que André Bretón propuso para este término.

De la filosofía, de lo que entiendo y vivo como filosofía, tanto como de los otros cuatro cauces, manan fuerzas extraordinarias que forman redes inagotables. Es un ir y venir espiral tan totalizador que casi parece inútil insistir en nominarlas independientemente. Pero en última instancia, semejante nominación sirve, siempre en lo provisional, para ayudar a hacer conciencia dinámica de las necesidades concretas de esta obra. Es así como en simultáneo los cinco ríos (en los que nadie se baña dos veces) en cuestión, son al mismo tiempo, necesidades y satisfactores, siempre en gestación recíproca. Buen lío, por suerte.

Me empeño en caracterizar este tramado interior para ofrecer un paisaje que ayude a explicar origen y fin de mi trabajo, inconcluso siempre. En Marx y en Bretón están los paradigmas que modelan teoría y práctica de esta obra. Desde luego, todo equívoco y limitación son responsabilidad mía. Estoy lejos de haber entendido e imitado, con suficiencia, el cúmulo de aportaciones de sendos autores. Eso también es parte de mis pendientes vitales generales y generacionales.

Así que esta Filosofía de la Comunicación con la Estética, Política y Poesía salvaguardas que le fluyen y refluyen, toman como referente siempre lo aprendido, bien y mal, en un tiempo y espacio de contradicciones y deudas a diestra y siniestra aún sin resolver.

Mi trabajo tiene un componente de urgencia que va de la audacia pretenciosa (cínica a ratos) a la autocrítica punzante. No se pone a salvo, no podría ni debería ponerse a salvo con esto. En todo caso explica el monto de humildad verdadera con que es obligatorio encarar la producción de una obra plagada, por ambiciosa, con limitaciones de tipo muy diverso.

Quisiera que filosofía, es decir, lo que llamo producción filosófica, trabajo de filósofo, trabajador de la filosofía, tuviese por emblema siempre un pensar programático para la transformación del mundo; con una cuota destructiva, o mejor aún superadora, contra todo lo que implica explotación de los trabajadores y una cuota fértil para la construcción de una sociedad mundial libre, comunitaria, nueva.

Quisiera con la comunicación un aporte doble en el estudio de ella y en la producción de ella, con todo lo que aquí implica como producto del trabajo y herramienta de trabajo en todos los campos sociales. Comunicación para el salto cualitativo del bienestar social en estado de comunidad plena, comunicación para el salto cualitativo tempestuoso de la conciencia hacia una Poesía hecha por todos.

Quisiera la política, como construcción permanente, que actualice y potencie las fuerzas revolucionarias de los trabajadores. Política que reponga la fortaleza de las emociones en la lucha dialéctica y que devuelva al trabajo su dignidad y fuerza contra la explotación y que garantice la propiedad común de la riqueza y la felicidad.

Quisiera una estética comprometida para siempre con la Poesía y la Ética. Poesía y la Ética hechas por todos. Estética que no admita separaciones entre individuo y sociedad, estética, no escolástica ni ecléctica que se entregue al entendimiento y producción de la imaginación, la fantasía y lo maravilloso.

Quisiera los cinco cauces que alimentan este trabajo, hechos uno solo sin que se pierda el placer de reconocerlos en sus cantidades y cualidades específicas y concretas. Esta obra, en general, tiene en sus cinco fuentes sus determinaciones principales no trágicas y no absolutas, sus compromisos y deudas. Del dicho al hecho.

A este trabajo le falta mucho. Le falta dar saltos cualitativos profundos. Le falta llenar muchos huecos, le falta humildad, le falta compromiso práctico con su utilidad al servicio de los trabajadores. No desearía que quedara atrapado bajo el estigma de producto intelectual inútil, decorativo, que es placer pequeño burgués en la diletancia teórica y la vanidad esnobista. No quisiera que este trabajo sirviera para confusiones o ambigüedades. Que quedase como buena intención humanista del tipo neo cristiano o archivo muerto asesinado por sus defectos de élite culta. Más bien, quisiera que fuese vida, expresión honesta de vida en un trabajo útil para transformar la realidad.

Claro que aquí no está dicho todo. Se hace lo que se puede con lo que se tiene. Investigar, analizar, sintetizar con base en lecturas, observaciones, hipótesis mil, para escribir este libro pretencioso es, entre mil problemas, caro y riesgoso. Será incompleto y será limitado en más de un sentido. Detrás de este trabajo está solo el empeño tendencioso del autor (sin dinero) y la *buena voluntad* confianza, advertencias e inteligencia de algunos amigos (también sin dinero).

Este libro ha sido escrito en *diálogo* imaginario (acaso perorata) permanente *frente* a un interlocutor destinatario que es, al mismo tiempo, abstracto y concreto. Este trabajo está dedicado a los trabajadores todos y particularmente en los trabajadores de la filosofía y la comunicación. A quienes trabajan la comunicación en organizaciones sociales de base, a quienes trabajan la comunicación en organizaciones políticas no alineadas con el capitalismo, a quienes trabajan en cine, televisión, diarios, radios, WWW, *blogs*... A los asalariados y a

los no asalariados, los desocupados y los ocupados. A los investigadores, a los profesores y a los estudiantes. Está dedicado a ellos y a quién se sume para una lectura crítica que sea capaz de ayudarnos a luchar juntos y mejor.

Este libro contiene algunas estrategias de *seducción* fallidas que tuvieron por objetivo mostrar no sólo una “mirada” o un “abordaje”, sino una praxis para la intervención donde esta ha sido posible. Este libro es un ejercicio de agitación, como en una coctelera, cuando se prepara un tequila “margarita”, donde se mezclan ingredientes diversos con ánimo de satisfacer necesidades propias y ajenas, con acuerdo mutuo. Este libro es eso, agitación de anhelos y de ideas, movilización de diagnósticos y programas, repaso, reflexión, recuento, furia, desesperación, hartazgo y esperanza; confianza relativa en las ideas, necesidad de praxis y programa de lucha.

Un libro sobre Filosofía de la Comunicación que sólo sirviera para exhibir silogismos circenses con *piruetas* “lógicas” o frases *memorables* es un desperdicio. Ya hemos tenido bastante de eso. Este libro se propone ser una *intervención* social y cultural, un frente de lucha semiótica, una praxis organizadora, un ascenso de la conciencia o será nada. Hay tantos, libros, ensayos, ponencia y conferencias dedicados a estos temas, que sería imperdonable la aparición de otro sin una distinción vívida que defina sus cualidades y sus luchas. De lo otro, insistamos, ya tenemos y a veces padecemos suficiente.

Este es un libro para trabajadores que encontró en la filosofía y en la comunicación una coartada guerrera y un lugar para imaginar y construir saltos *ecuestres* de la conciencia en pie de lucha contra todo lo que aliena al trabajo. Eso no se logra sólo con la publicación de libros y éste, a pesar de sus excesos, reconoce sus limitaciones que no son pocas. Este libro se propone emprender transformaciones en nuestras ideas y luchas por el trabajo no alienado, con quienes trabajan en filosofía y en comunicación. Por eso este libro es también una convocatoria a los trabajadores para avanzar unidos, sin uniformes, hacia consensos filosóficos y comunicacionales en todo el mundo. Este libro ha de cumplir sus tareas sin sectarismos ni dogmatismos. Como se debe. Si falla acúsese.

Este libro se opone a toda lectura que reproduzca el ocio burgués, la mirada pasiva, el intelectualismo sedentario o el snobismo mercenario. Ha sido escrito por un trabajador que padece las mismas calamidades que cualquier trabajador y por eso reivindica sus principios solidarios del respeto por el trabajo de los compañeros y la crítica fraternal alimentada con autocríticas, para organizarnos mejor.

Este libro se ha escrito y reescrito varias veces gracias a la conciencia de sus límites e imperfecciones que, por ser muchas, son inabarcables para el autor. Cuando se dice “se hace lo que se puede” no se dice como excusa, se dice como confesión no autocomplaciente. Declaración de impedimentos y falencias, incapacidades e ignorancias. Este libro trata de intervenir de manera crítica para todos lados, es una necesidad metodológica que se debe compartir en salas de cine, escuelas, oficinas, estudios, fábricas, sindicatos, partidos políticos. Este libro quiere ser una intervención que camine atenta a las necesidades filosóficas y Comunicacionales de la lucha de clases y al servicio de un movimiento mundial de trabajadores, grande y creativo, con conciencia plena de sus fuerzas para transformar el mundo en Revolución Permanente.

Algunos textos de este libro han sido publicados en espacios distintos y han sido parcialmente modificados, tienen por eso, según el autor, *derecho* a permanecer en el cuerpo de esta obra. Este libro contiene alguna intención *lúdica* (acaso fallida y sépase disculpar) con algunos recursos de *ordenación*, no necesariamente rigurosa, cuyo fin primordial es matizar informaciones correspondientes al tema. Este libro pretende ejercer y exigir construcción de síntesis, asociación y perspectiva de totalidad. Y probablemente no lo cumpla.

Si este trabajo quedase reducido sólo a “una crítica” que produce *furia* (o rabietas) habría perdido una parte de sus intenciones más urgentes: contribuir a la revolución desde las ideas hasta las emociones. Ojalá más allá de *malestares* hipotéticos, decepciones escolásticas o desconfianzas científicas, este trabajo produzca ideas y movilización. Praxis como la piensa Adolfo Sánchez Vázquez, a quien este trabajo dedica lo que de “mejor” pueda tener.

Nada en este trabajo aspira a ser exhaustivo, porque le es imposible y porque es *innecesario*. Este trabajo intenta ser una herramienta que contribuya a elucidar, identificar, *esclarecer* y diagnosticar, no linealmente, el estado que guarda la comunicación humana bajo el imperio de la burguesía, sus paradigmas éticos y estéticos. Este trabajo es parte de una lucha: La lucha de clases. Será imposible acabar con el capitalismo si no se termina también con sus superestructuras, sus “instituciones”, objetivas y subjetivas. Y es preciso detectarlas, contornear sus espacios, alcances, consecuencias. Hacerlas *visibles* y diagnosticar sus influjos. Luego trazar una táctica de lucha en su contra. Su superación dialéctica que se impulsa desde lo mejor hacia lo mejor. Una Revolución Permanente.

Este trabajo rehuye la idea de que filosofar sirve sólo explicar o contemplar. Filosofar aquí se entiende como ciencia para transformar, en el sentido de la tesis XI de Marx. Filosofar aquí se entiende como práctica en el pensar y el hacer libres, individuales o sociales. Filosofar para *poner* (proponer) *orden*, crear *orden* nuevo consensuado... organizarse (ordenarse) para terminar con el conjunto de los atrasos y las calamidades históricas más odiosas. Filosofar para crear proyectos, justicia, respeto a las diferencias y poesía en la vida práctica. Aunque hay quienes disfrutan fabricando calumnias y tergiversaciones contra la filosofía y hay enterradores oficiales del pensamiento, este trabajo mantiene presente que la filosofía “debe ser hecha por todos”. La práctica demuestra que la filosofía tiene futuro sólo en el sentido más opuesto al reduccionismo o exclusividad de discurso. Y filosofía aquí, implica también, elección crítica de método, praxis y desarrollo del método. Pero praxis metodológica, que en sí comparte la exigencia de su propia crítica y desarrollo, y tal exigencia, o rigor, la impone, como ningún otro cuerpo metodológico, el materialismo dialéctico, por eso aquí se ensaya una aplicación de tal método como programa científico en movimiento y como examen cualitativo y cuantitativo permanente. Es esa la dialéctica necesaria de este trabajo.

Este trabajo levanta su definición como “filosofía” con plena conciencia de sus debates y faltantes además de la idea de que es en el

“campo” de la filosofía donde se concitan los nervios teórico-metodológicos de muchas ciencias o disciplinas necesarias para comprender a la comunicación humana con su complejidad, sus calamidades y sus maravillas. En todo caso, se trata de una “filosofía” que no le teme al “rigor” científico, que entiende por rigor a la búsqueda infatigable y colectiva de la verdad, que no acepta ideas monolíticas, que no tiene santuarios a la “forma” lógica por la “forma” misma, que no dota a la razón de poder demiúrgico y que no rinde pleitesía a ninguna entidad o voluntad *extraterrestre*.

Este trabajo hará todo lo que pueda, aunque le falle, por una filosofía no sectaria, no burocrática, no de “académicos”. En realidad suele ser que la filosofía de muchos académicos poco tiene de filosofía y mucho de *teoría* sobre la filosofía o historia de la filosofía, o... vaya uno a saber. A cambio, si filosofía hecha en las fábricas, en los campos, en las calles, en los café y en las sobremesas. Filosofía con sentido del humor y sentido del amor, esta vez solidarios y sociales, esta vez empeñada en ver el ascenso individual y colectivo de una humanidad que se pertenezca a sí, que trabaje para sí, que estudie y produzca tecnología, vivienda, educación, salud, artes y poesía para sí. Sin amos, sin explotación, sin alienación. Una filosofía dedicada profundamente a eso en manos de los actores de eso: la revolución permanente. A esto apuesta este trabajo. Sin pedirle permiso a ninguna academia y sin pedirle permiso a ninguna “vaca sagrada”. Aunque no lo logre, este trabajo buscará, mientras las fuerzas alcancen, una filosofía con método crítico, auto-crítico, incluyente y revolucionario, que cambie la vida y que transforme al mundo. *¿No es el primer deber del que busca la verdad dirigirse directamente a la verdad sin mirar a diestra o siniestra?* Marx

# I. ¿Por qué y para qué una Filosofía de la Comunicación?

*Primero surgió el Trabajo; después de él y enseguida a la par con él el lenguaje. F. Engels*

*Del proceso del Trabajo surge la necesidad de comunicarse entre sí, decirse algo unos a otros. V. Afanasiev*

Algo anda mal si no aparece el Trabajo<sup>1</sup>, es decir su historia, desarrollo, calamidades<sup>2</sup> y magnificencias teóricas y prácticas, como premisa, marco u objetivo, implícito o explícito de los estudios sobre comunicación y sus medios. A esta “Filosofía de la Comunicación” le interesa construirse dialécticamente, sobre la realidad del trabajo con sus complejidades y contradicciones vigentes. Comprender, incluso, sus definiciones más abstractas, idealizadas o fetichizadas y contrastarlas con lo concreto, manual e intelectual, de una práctica social, energía humana que se materializa en productos para el estómago o para el espíritu. Trabajo real que incluye ideas y actos, trabajo real que es historia, tiempo y relaciones de producción muy diversas. Trabajo objetivo, sin omitir sus contradicciones y calamidades, debates y conquistas, dolores y poesía.

Si algo anda mal cuando se omite el trabajo como premisa mayor en investigaciones sobre comunicación andarán mal, acaso, las deducciones o conclusiones por seductoras o novedosas que parezcan. Según esta “Filosofía de la Comunicación” es necesario que el trabajo sea objeto y objetivo, patente o tácito, de la producción teórica y práctica científica para caracterizar, con toda precisión, el estado objetivo que guarda el trabajo, hoy, sometido a las determinaciones históricas y contradictorias de clase que han hecho de él no la posibilidad de riqueza material y espiritual para las sociedades sino la peor calamidad infligida a los seres humanos por la lógica de la explotación.

Habría, acaso, necesidad de construir esta Filosofía de la Comunicación como ciencia transformadora, para las luchas contra la esclavitud reinante en la lucha de clases y en la resolución de la dico-

tomía Capital-Trabajo. Filosofía de la Comunicación cuyo objeto y objetivo, entre otros, sea producir ciencia para enriquecer el conocimiento y la libertad humana ante sus procesos de comunicación y sus mediaciones en el intercambio de informaciones y emociones. Una Filosofía de la Comunicación ocupada incluso en precisar el papel del trabajo en el desarrollo de las cualidades comunicacionales humanas, dedicado a identificar toda forma de intercambio humano también como trabajo; dedicado a profundizar el conocimiento del trabajo como productor de toda herramienta de comunicación y de la comunicación misma.

Uno anhela que la comunicación se estremezca con la electricidad de los consensos de la puesta en común. Que su praxis<sup>3</sup> sea condición *sine qua non*, su brújula y espejo. Que toda comunicación sea poesía de la praxis, lo sepa o no. Comunicación recolectada entre contrapuntos de realidad, convulsamente hermosa y “loca” como la historia. Comunicación encontrada por su teoría y práctica consustanciadas, incompleta siempre y provisional entre sus límites y enigmas. Comunicación humanamente arquitecta de todo ascenso de la conciencia. Con perspicacias y adivinaciones.

La comunicación bien puede ser surtidor que avance sobre una búsqueda del otro, los otros, que son su estrella orientadora de párpados abiertos, sin deslumbramientos y de fulgor dinámico. La comunicación que no escapa de las manos sin cantar un incendio a la mirada que se sostiene en movimiento, que adquiere transparencia, cartografía de sonidos y presencias reflejo, confirmación y afirmación entre arcos de luz y saltos cualitativos de la conciencia.

Comunicación cada segundo *contante y sonante*. Aliento de interlocuciones y hoguera de ropajes. Fragancia de cascadas luminosas sobre los bríos de la verdad. Toda comunicación habría de ser concierto de astrolabios que contemplan el mundo heridos de futuro. Uno y los demás. Comunicación en cueros. Comunicación que se renueva como dialéctica de ideas, que muestra sus parietales obligados al procedimiento de diálogos en cópula fértil. Comunicación en un mundo collage que quiere decir, decirnos, ascensos desde la vitalidad plena del trabajo más diverso.

Comunicación que bien pudiera ser ceremonia cotidiana con sus aderezos, ejecuciones musicales, sin sombra y con elección de poesía que surge como *ocupación*, como toma por salto sobre la conciencia, como inclinación rebelde, siempre constante, como una orientación no discreta. Comunicación que restaura la guerra y poesía invadidas de necesidad comprometida. Hoy en día, la comunicación es una gran desconocida y poco se hace por su conocimiento.

La comunicación no es una lengua efímera, es creadora de bisagras y caligrafía de reflejos. No es cambiar la naturaleza ni materia invisible, es acción cotidiana en particularidades de significados. Es hecho poético y poder electrizante, *mágico* y magnético que inspiró, e inspira, repertorios vastísimos para discursar estética, religiosa, científica o políticamente.

Usada para los fines más extravagantes, la comunicación se constituyó en fetiche, casi inexcusable, a la hora de vender cualquier cosa. filosofías, ideologías, epistemologías y mercaderías de todo orden usan y promueven la comunicación cargándola con semánticas caprichosas al antojo publicístico, complacido entre facilismos utilitarios. Desde las farándulas revisteriles, radiofónicas, televisivas y cinematográficas, tenemos una historia de la comunicación sobresaturada, vestida con ropas de manipulación, hija de los vaciamientos vulgarizantes más desenfundados. A la comunicación, o a lo que todavía reconocemos de ella, le sobran, holgadamente, muchas de las “atribuciones” idealizantes con que la *arropamos*.

Usada para sublimar o escandalizar, la comunicación se volvió mercancía manejable capaz de llamar la atención de cualquier mirada. Coartada y gancho, pretexto extraordinario en sociedades fracturadas con miedos, culpas, prohibiciones e ignorancia. Todos los tiempos igual. Desde Grecia hasta los libros de biología. Nunca faltó el “liberal” que intentó pontificar la comunicación como propiedad moral, sinónimo de verdad, en un truco que resultó hábil comercialmente. Nunca faltó el “místico” que para meterle mano a los incautos trabajó “revelaciones metafísicas” entre nirvanas muy rentables. Nunca faltaron los académicos que, entre porcelanas científicas, lavaron la comunicación de toda impregnación histórica, económica y

política hasta aislarla en frascos de racionalismo funcional. También vendieron mucho.

Nunca faltaron los apologistas del “la comunicación por la comunicación misma”, creadores de sofismas descontextualizantes en los que reina el exhibicionismo gratuito, el *iconismo sustitutorio*, la histerización de los hechos y la fantasía utilitaria. Cada cual con su comunicación desnuda de historia, de base fisiológica, de espontaneidad, de amor, de lucha de clases. Nada más fácil que poner como estandarte ideológico la inversión de la comunicación en solitario para promover desembocaduras en cuentas bancarias. Pintores, escultores, cineastas, fotógrafos, literatos, empresarios, clérigos, gobernantes... a cual más recurren a la comunicación para vehicular propuestas de gestas particulares que se adueñan impunemente de todo como atracción soporte de maniqueismos siempre confusos.

Por definición toda comunicación es incompleta.

Hay que cuestionar a los *mass media* tanto como a la academia. Pocos salen bien librados. Nuestras ideas sobre la comunicación son siempre relativamente confiables. Hay tanta ambigüedad y variedad que parece, a veces, imposible encontrar factores comunes a menos que se invente un cliché que estandarice “la comunicación” como concepto universal con los peligros semánticos consecuentes al borde del vaciamiento entre una cultura y otra. De una ideología a otra. La magia electrizante y enigmática de la comunicación signada por los contextos culturales, históricos, estéticos y afectivos de cada grupo e individuo, es fenómeno que marca y determina a todo el conjunto de las relaciones personales y sociales. Cierta tipo de comunicación puede ser acto de esclavitud ideológica y sometimiento estético-político. La comunicación es ininterpretable sin contexto. El estado real de las libertades políticas, económicas y socio culturales, la justicia laboral, la educación, la salud y la libertad de expresión, determinan enfáticamente el tipo de discurso que se desea desplegar por, para y a partir de la comunicación. Un puesto de diarios o una transmisión televisiva pueden ser maqueta perfecta de esa comunicación frecuentemente inventada para la esclavitud. Y no es una fantasía.

Esta Filosofía de la Comunicación tantea territorios diversos a saber:

Que esta “Filosofía de la Comunicación” es crítica en un doble sentido: primero, como teoría (contra toda comunicación alienante y este estudio entraña su superación dialéctica (“*crítica revolucionaria, por esencia, enfoca todas las formas actuales en pleno movimiento, sin omitir, por tanto, lo que tiene de perecedero y sin intimidarse por nada*”, Marx) y, segundo, como crítica de las ideologías que tienden a conciliar, inocular el pensamiento con el estado de las practicas hegemónicas y monopólicas existentes.

Que “Filosofía de la Comunicación”, si se contenta con ser sólo *crítica* de la ideología y la práctica dominantes, tiene alcances muy limitados. Como las ideas que se combaten tienen base objetiva en las condiciones e intereses de clase reales, esta Filosofía de la Comunicación no puede contentarse con librar un “buen” debate ideológico. Tiene que cobrar conciencia de las condiciones concretas en que se opera la comunicación bajo el capitalismo, sus raíces sociales, de clase, de las condiciones reales que las engendran y de las soluciones prácticas que permitirán transformarlas. Esta filosofía de Comunicación debe tener un programa de acción real, concreta.

Que debemos tomar rumbo al desarrollo de conceptos y categorías que permitan los *análisis concretos de situaciones concretas* (Lenin) indispensables para trazar y aplicar tácticas efectivas para la transformación permanente de la comunicación.

Que es preciso contribuir a elevar la conciencia, la importancia de comunicación. Esta Filosofía de la Comunicación no es filosofía contemplativa *sobre* la comunicación (como si ésta fuera un objeto exterior a ella), sino que es la propia comunicación tomando conciencia de sí misma. Es decir, algunos trabajadores de la comunicación tomando conciencia sobre sí y sobre ella. Pero la comunicación sólo existe en unidad con el trabajo; por tanto, dicha conciencia lo es de la unidad del trabajo y la comunicación. Esta intención busca dejar por sentado que una conciencia profunda sobre la comunicación indisociable del trabajo contribuye a integrar, en un nivel más alto, la uni-

dad del pensamiento y la acción, o sea, elevar la racionalidad de la acción revolucionaria.

Que esta “Filosofía de la Comunicación” requiere procesos permanentes de autocritica. Toda conciencia sobre la comunicación tiene que ayudarse con una crítica incesante sobre sí misma. Y tiene que encontrar los medios y modos para re-alimentarse de su autocritica (hay autocriticas muy buenas que nunca se aplican). De nuestra capacidad para la autocritica y para la retroalimentación acaso logremos mejorar nuestra praxis permanentemente y siempre al lado (no adelante, no encima) de las mejores luchas de los trabajadores a nivel mundial.

La idea de identificar el trabajo como premisa para entender la comunicación exige una serie compleja de precisiones. Especialmente las que permitan eludir cualquier neo idealización. Es preciso partir de las condiciones, objetivas y subjetivas, que han determinado, históricamente, la situación actual del trabajo y es preciso establecer mecanismos teórico-prácticos para caracterizar la contradicción que hace de una actividad creadora y liberadora por excelencia un modo de esclavitud, represión y explotación. Como pasa con la comunicación misma y sus medios. Así una ciencia Filosófica de la Comunicación deberá ser ciencia contra la explotación y herramienta contra todo lo que haga del trabajo una miseria. Deberá ser ciencia contra la acumulación monopólica de la riqueza, el terrorismo de la inestabilidad laboral, el embrutecimiento, la fatiga y la desesperación, la alienación. O será nada.

Nosotros queremos una metodología, además, poética y erótica, que aspire a comprender la esencia de los hechos sociales y las leyes y predicciones relacionadas con esa esencia para actuar. Queremos identificarnos con la transformación de la comunicación desde los detalles más pequeños, porque la transformación ha de ser concreta. Que nuestro método hable, aún en el silencio, sobre el cuerpo firme de la comunicación, la exprese y transmita sus fuerzas con la dignidad, misterio y potencias que burbujean en su vida misma. Que nuestro método sea herramienta de liberación de los mares revolucionarios. La comunicación, que es lo más próximo al trabajo, debe liberar las fuerzas dormidas para propagar los vapores de la revolución. El

método de esa Filosofía de la Comunicación expandirá la libertad con su vigilia visible en un mundo de sentidos y experiencia cotidiana. Trabajaremos sobre la superficie visible, tangible de la comunicación, y trabajaremos en sus profundidades, donde hoy tatúan las marcas de los poderes más egocéntricos y criminales sus sellos de muerte y barbarie.

### **a) Las filosofías no bajan del cielo**

Esta Filosofía de la Comunicación cree que ya basta de vagabundear por la comunicación a lo largo de sus orillas. Es preciso, en este momento, abrir los ojos y entenderse uno mismo como sujeto indisoluble de las luchas emancipadoras y que lo que le ocurre a la comunicación hoy no deja intactos a los seres humanos porque que la guerra ideológica no se desaparece mágicamente. La comunicación exige cada vez más atención, y cada vez más exhaustiva. Nada disculpa a los observadores e investigadores de la comunicación una intervención superflua. Nunca como hoy sentimos la necesidad de insertarnos en la lucha con modos de intervención pintados al óleo si fuese preciso. Deberíamos producir ya, por saltos, de la cantidad a la calidad una serie de transformaciones urgentes.

Hasta hoy hay *cabezas* incapaces de asumir ciertas responsabilidades hacia la libertad humana. Atrapados por el fanatismo religioso o el político niegan la comunicación o la reducen a delirios circenses de una lógica escapista. Como si fuese cosa del destino. Nos toca encontrar un estado superior de la filosofía y la ciencia generador de conciencia movilizadora. Buscar la verdad de manera verdaderamente apasionada y sin dogmatismos, asumir las tareas que su encuentro abarcan e iluminan las circunstancias de su hallazgo. Suscitar una causalidad dialéctica, que supone la necesidad inexcusable de intervención sobre la comunicación y el trabajo.

Para profundizar la relación dialéctica entre comunicación y trabajo deberíamos exigir requisitos éticos rigurosos en la línea de Adolfo Sánchez Vázquez<sup>4</sup>, por ejemplo. Aunque para muchos se trate de una exigencia “fuera de moda”. La tarea fundamental de la ética, si ha de

afincarse como trabajo científico, es investigar la realidad concreta, produciendo conceptos pertinentes con base en la verdad rigurosa de un tipo de actos humanos, los actos que derivan de los “valores” en una sociedad, en una época y en una clase social determinados. La ética no es la moral pero estudia ese tipo de actos humanos relacionados con el *ethos*, (“modo de ser” o “comportamiento”, “costumbre”). Ciencia del comportamiento de los hombres desde una perspectiva total, que estudia críticamente su diversidad y contradicciones. No se trata de prontuario normativo sino de estudiar, de una manera específica lo que históricamente ha ocurrido con el comportamiento humano en condiciones de lucha de clases y qué valores han primado. Ciencia de hechos de la conducta humana que se consideran “valiosos”, “obligatorios” y “modelizantes”. Esa es la que se apetece aquí.

Una pasión poderosa por la comunicación no significa su deformación sino su transformación. Históricamente, en la especie humana, el momento en que la conciencia penetra hasta el fondo de la comunicación toda, confiere a la raza de los hombres el privilegio de la dignidad como especie. En todo caso, parece suicida renunciar a las más preciosas facultades por excelencia de cada acto de comunicación nos confiere como hecho también del trabajo. Quizá un día nos parezca que los trabajadores se comunican entre sí y en tal caso, su comunicación tiene para nosotros el más enfático interés porque nos obligará a traspasar nuestras limitaciones y eso es verdaderamente urgente.

No necesitamos una ciencia filosófica de la comunicación para el entrenamiento de malabarismos intelectuales estériles y sin compromiso con la abolición total del estado de desigualdades que agobia a la humanidad, la comunicación y el trabajo. Tampoco una ciencia para el regodeo de explicacionismos rentables que sirva como coartada académica para cierto mercenarismo intelectual que gusta de poner sus mejores producciones al servicio de los intereses esclavizantes.

Es su ser social lo que determina a la comunicación. Se trata de una determinación muy compleja en la que influye enfáticamente, pero no absolutamente (fatalmente) el desarrollo de las fuerzas productivas. La comunicación debe ser estudiada con leyes ínter, multi y trans disciplinariamente con la economía, la política o la sociología,

por ejemplo, pero también el arte, la filosofía, la poesía... Sólo así es posible una comprensión de los comportamientos y cambios que conforman y determinan la naturaleza general y la influencia de la comunicación (y sobre la comunicación) según, claro, el período en el cual se estudian sus cualidades y cantidades.

Al pensar en el lugar del trabajo como premisa y fundamento que permite abordar, coherentemente, el nacimiento y desarrollo de toda forma de comunicación con sus medios, se identifica la necesidad de una actitud y método científico dispuesto a refundar todos los valores de la filosofía y la ciencia a través de los valores mismos del trabajo, es decir, a identificar la producción intelectual misma como trabajo emanado históricamente del desarrollo general del trabajo humano. Hacia la superación de las dicotomías entre trabajo manual e intelectual.

No hay aquí vocación novedosista, hay vocación, en todo caso, de profundizar la exigencia de una transformación radical en toda producción teórica subordinándola a una escala de valores de uso y cambio nuevos en los que el propio productor de pensamientos y demostraciones no sea ajeno a su marco histórico general y a su papel como trabajador determinado por intereses concretos. En esta reformulación la postura, método y programa con que la producción científica se posiciona ante la comunicación el trabajo y el trabajador, aclarará para él, y para todos, el lugar que ocupa en el conflicto histórico fundamental entre el trabajo y el capital. Y tal aclaración es impostergable, ética, científica y filosóficamente.

En garras del capitalismo el trabajo humano ha sido tan brutalmente, tan miserablemente tratado y tan obscenamente definido que hemos quedado arrinconados ante el desfiladero del cinismo. Lo que debiera ser práctica liberadora y enriquecedora de las sociedades a estas horas es una calamidad devastadora del espíritu, del cuerpo, de la cultura y de las sociedades. Se vive miserablemente con sueldos raquíticos, se vive aterrorizado bajo amenazas patentes y latentes de despido, se vive humillado bajo la prepotencia y desprecio de jefes y jefesuchos que se enriquecen con nuestro trabajo. Se vive una forma de *tortura* legalizada e ilegal, que es una máquina de infelicidad a

todas horas. Quieren que nos acostumbremos al atropello y a la miseria y encima quieren aplausos y votos. Por si fuese poco la cosa tiende a empeorar.

¿Quién comprende lo que siente un trabajador que se queda sin su empleo? ¿Quién entiende el golpe bajo que eso significa? ¿Quién comprende las angustias y las vejaciones? ¿quién las repara? ¿Qué leyes, qué abogados, qué jueces se estremecen sinceramente, solidariamente, con el dolor de un trabajador humillado y sin su empleo? Muy pocos.

Hay que perder toda ilusión en las costumbres y la palabrería de quienes no respetan el trabajo. A la hora de hacer justicia a los trabajadores ninguna fuerza será más grande que la propia fuerza de los trabajadores, pero no por ser “muchos”, que lo somos, sino por ser conscientes. No por amontonarse a las puertas de las fábricas, las oficinas o los juzgados, sino por organizarse tácticamente, inteligentemente, con un debate político bien pensado, con acuerdos colectivos de fondo y con un entusiasmo arrollador e invencible. Contra el trabajo alienante y contra la usurpación de las herramientas de trabajo. O sea que a los trabajadores sólo los salvan los trabajadores, pero los trabajadores solidarios.

El trabajo, entendido como la actividad humana fundante de todo su ser y hacer intelectual, al desarrollar la comunicación se desarrolla también él mismo. Con todas sus notas esenciales, y su caracterización como fuerza transformadora de la naturaleza, el trabajo provee a la especie, es decir, la especie se provee a través del trabajo, un recurso de integración colectiva y contradictoria que en su desarrollo suma experiencias y las depura paulatina e infatigablemente. Da, por un lado, herramientas para la cohesión mientras individua la expresión. De esta depuración comunicante producida por el trabajo devienen todos los lenguajes humanos articulados como estrategia exteriorizante que oscila entre lo individual y lo colectivo hasta alcanzar siempre procesos actualizantes, no exentos de retrocesos, crisis y avances nuevos. Se trata de un proceso dialéctico que da origen a todas las formas de comunicación, que no son pocas, sobre la base práctica de un camino largo en el que, desde la cantidad de las experiencias, se salta a su

perfeccionamiento cualitativo. Es el caso del lenguaje: “*El lenguaje es la conciencia práctica, la conciencia real, que existe también para los otros hombres y que, por tanto, comienza a existir también para mí mismo*”. Marx

Desde sus etapas más abstractas hasta las más concretas, de lo simple a lo complejo, de lo particular a lo general y viceversa, el desarrollo del trabajo es, al mismo tiempo, desarrollo de la comunicación y los lenguajes, desarrollo de los procesos de información y su ordenación en movimiento, desarrollo del intercambio y su complejidad en todo ámbito social. Esta influencia extraordinaria del trabajo sobre todo hacer humano y todo el hacer humano perfeccionando su trabajo, no estuvo ni están exentos de contradicciones y calamidades de todo tipo. Ya se ha dicho y denunciado muchas veces en muchos lugares de manera diversa. Nunca será suficiente.

Información, intercambio y comunicación sometidos históricamente a vaivenes ideológicos de todo tipo quedaron preñados con significados disímbolos, contradictorios e incluso aberrantes. La mayor parte de las tergiversaciones en sus significados devienen de separar cada concepto de su matriz histórica que es el trabajo. Información, intercambio y comunicación se desfiguran semántica, sintáctica y pragmáticamente al separarlos de su base histórico-filosófica del trabajo.

La comunicación es fundamental, no es posible entender a la sociedad misma sin entender sus medios y modos de comunicación. Y aunque hoy, secuestrada por los usos y abusos de los *mass media* burgueses, parezca que la comunicación es un asunto sólo de farándula y “entretenimiento” banal, es preciso insistir en delinear tareas para ganar todas las herramientas y ponerlas al servicio de la emancipación definitiva de la humanidad, que sólo es pensable si se derrota al capitalismo, sus imperios y valores.

La comunicación es también una actividad especial de la conciencia humana, con sus propias características de desarrollo. Descubrir sus leyes es tarea de varias ramas de estudio, sin embargo, esta Filosofía de la Comunicación debe producir un espacio para la categorización ayudado por las contribuciones de disciplinas diversas y en

última instancia, debe formar parte de la conciencia general de la sociedad, de la conciencia sobre las fuerzas con que la sociedad cuenta para pertenecerse a si misma, para terminar con todo lo que la aliena y explota. La comunicación, en el período histórico que viene ha de potenciar todo lo que de revolucionario resuena en el alma de hombres y mujeres, porque sólo así reflejará su tarea suprema como herramienta y fenómeno del ascenso social. Será un período radicalmente diferente porque surgirá un ambiente social completamente diferente y una comunicación con medios y modos también diferentes.

Teoría y práctica de la información, el intercambio y la comunicación que no devengan de teoría y práctica del trabajo merecen entrar al callejón de las sospechas y los debates más acuciosos. Especialmente si se privan de estudiar el sentido original, originario y revolucionario del trabajo en contraste con la esclavitud, explotación y degradación que históricamente lo han desplazado de sus ejes privilegiados.

Así como se han definido las leyes que rigen el desarrollo social, es necesario definir las leyes del proceso comunicacional de la sociedad. Cualquier estudio sobre comunicación debe fundarse en el estudio objetivo de la materia y el movimiento. Tarea que está por desarrollarse ya que, hasta hoy, la inmensa mayoría de los estudios pertenecen a una etapa de la historia humana en que esta no ha desarrollado los mejores potenciales de la comunicación y ni los más sorprendentes aportes tecnológicos, son suficientes para anunciar lo que será una sociedad con acceso pleno y fluido a toda forma de comunicarse, de igual a igual.

También habrá que estudiar la comunicación y su desarrollo desde sus vestigios más inopinados radicados acaso en la concepción de fuerzas mágicas en la naturaleza y que, de manera desigual y combinada, se han mantenido presentes durante la mayor parte de nuestra existencia incluso desde el período prehistórico. Aunque la necesidad económica fue motor de la comunicación esta se convirtió en mucho más y la riqueza de esa conversión, su amplitud y profundidad, exige que nos ocupemos de estudiarla a condición de ser capaces de disponer de métodos y cuerpos teóricos capaces de conocer para transfor-

mar. Como el materialismo dialéctico. Forman grupos capaces de realizar predicciones científicas que, incluso con sus errores, sean capaces de influir en el desarrollo de la sociedad, no como sus guías sino como trabajadores solidarios que, al lado de todos los trabajadores, buscan no sólo su desarrollo económico sino una revolución social desde las raíces.

La historia de la comunicación se remonta a la más remota antigüedad. Los modos y medios de comunicación cambian permanentemente, a veces de manera brusca, a veces sutilmente, y eso ha implicado, también, retrocesos. Tales cambios son generados por los cambios de la sociedad y por los cambios en los modos de producción con sus características y conflictos de clase: su moral, cultura, ideología, filosofía y estética. Se trata de una historia muy compleja y contradictoria e implica muchos aspectos, pero que no debemos reducir a un vínculo entre la comunicación y la economía, que aún importantísimo es insuficiente para dar cuenta del proceso íntegramente. La comunicación tiene sus raíces históricas en la prehistoria acompañando ideas, costumbres, conflictos y tiene leyes, inherentes a su desarrollo, que han de ser conocidas y enriquecidas gracias a proyectos de investigación capaces de no reducirlas de forma mecánica. El estudio de la comunicación hay que hacerlo de una forma empírica, identificando esas leyes que determinan su desarrollo. Sólo de esta forma, podremos ofrecer una obra científica que ponga en evidencia la verdadera relación entre comunicación y sociedad para transformarla hacia sus estadios mejor desarrollados.

La comunicación con sus características, en cada periodo histórico, refleja de manera desigual y combinada el proceso general de desarrollo social y las fuerzas productivas. Los avances y retrocesos humanos se expresan en la comunicación y con la comunicación, de forma contradictoria. Cuando un modo de producción decae, expresa, directa o indirectamente, todas sus crisis de valores; expresa la decadencia de sus conceptos de sus medios para comunicarlos y de sus relaciones con los destinatarios.

Es un error estudiar la comunicación desde el punto de vista de una sola disciplina, por eso esta Filosofía de la Comunicación apela a un

estudio de la comunicación y sus relaciones dinámicas con el intelecto y también con las emociones. Esto implica no liberar, a quienes estudian, del peso y jerarquía de la comunicación en el marco de todos los problemas sociales que le pertenecen por definición. Que quienes estudian la comunicación no pueden estar por *encima* de la sociedad porque están consciente o inconscientemente moldeados y endeudados con las tendencias generales de la sociedad. Y, no podrán negarlo, están bajo la influencia (muchas veces a-críticamente) de una u otra clase.

Hay “comunicólogos” “naturalistas”, “realistas”, “racionalistas”, “empiristas” y “marxistas”, “funcionalistas”, “estructuralistas”... de género y combinaciones muy diversas. Unos más asumidos que otros, unos empeñados en negar la “cruz de su parroquia”, otros empeñados en imponer sus dogmas y sectas. Mientras, la ciencia aguarda, y no por “objetiva” o “neutra” (eso no existe) sino por rigurosa y exigente, comenzando por exigir con rigor definiciones de forma y fondo. El paisaje es, en realidad, un paisaje de lucha impregnado por la lucha de clases y las distintas comunicologías, lo acepten o no, obedecen a sus tendencias de clase y a sus intereses de grupo o individuales. A esta Filosofía de la Comunicación le compete estudiar esas “comunicologías” para, desde el materialismo dialéctico, ofrecerle combate.

### **b) 13 Fórmulas (en desorden) de la Industria (anárquica)**

#### ***Mass Media***

(Estereotipos, clichés y manías ideológicas que se ofrecen como verdades intocables).

1. E-M/C-R
2. Mentir mucho para crear verdades. (Miente mucho que algo queda) “Una mentira repetida mil veces, termina convirtiéndose en una verdad”.
3. El *rating* es la medida del “éxito”.
4. “Una imagen vale más que mil palabras”.
5. El “público” puede *elegir*.
6. Los monopolios *mass media* garantizan la “libertad de expresión”.
7. El “público” pide “violencia”, “sexo” y “entretenimiento”.

8. La realidad es menos importante que el espectáculo *rating*.
9. Los *mass media* son emblema de “progreso”.
10. Cuanto más grande sea la audiencia, más *sencillo* debe ser el mensaje.
11. Con los *mass media* el mundo se ha hecho “más chico”. Todo más cerca, todo más rápido.
12. Hoy no se puede ser “político” sin los *mass media*.
13. La publicidad “educa” para el consumo.

### **c) El caso E-M-(c)-R<sup>5</sup>: 13 críticas al modelo**

**E:** emisor. **M:** medio. **(c):** código. **R:** receptor.

No es posible comprender la comunicación reducida a un hecho abstracto de modelos matemáticos o lógicos de espaldas a la realidad social. Tampoco es posible comprender la comunicación humana a partir de algún reduccionismo tecnológico, biológico, psicológico o genético.

1. Aparece como una *forma* lineal que no corresponde a un proceso dialéctico cuyo desarrollo es más el de una espiral.
2. Impone la idea de que se trata de una “esquema” rígido.
3. Expresa principalmente la idea de *flujo*. Omite el contexto, la historia y la posición de clase.
4. No expresa la “tensión” la “lucha” entre sus miembros.
5. No expresa las fuentes de cada elemento.
6. Pertenece a la escuela Funcional y estructuralista.
7. La idea de ruido en el canal carece de generalmente de matiz cualitativo.
8. Nada expresa el carácter de necesidad en el vínculo.
9. Nada expresa el carácter de clase de los miembros.
10. Supone igualdad de oportunidades, igualdad de condiciones e igualdad de códigos y medios.
11. Supone la idea de un sistema estable.
12. No parece considerar la influencia del azar.
13. Existe un consenso teórico para rechazarla en sinnúmero de casos.

Presenciar los acontecimientos de la comunicación en calidad de “público”, de “testigo”, por maravillosa que sea es un hecho de violencia que nos cercena, que incluso perpetramos sobre nosotros mismos. Semejante condición de “ajenos” (alienados) a la practica libre de la comunicación expresa el terrible barbarismo capitalista. Pensemos en una película, un programa de televisión o un diario, ¿qué son? Un fragmento de expresión que, con más o menos habilidades, una mente armada con sus tendencias nos presenta arbitrariamente, ahí, frente a nosotros o ajeno. Nuestro rol es ser pasivos, y no está mal algunas veces, lo que está mal es ser siempre agentes pasivos. Nos imponen una relación simplemente mecánica. Ver y callar. No se puede doblar ni torcer, están distantes. Y uno difícilmente podrá hacer *otros*, bajo las condiciones actuales en que las herramientas de producción están *secuestradas* bajo llave y sólo tienen acceso los adinerados, los amafiados o los agraciados.

No es posible una Filosofía de la Comunicación “libre”, es decir, indiferente a todas las influencias que la determinan. Influencias históricas, de clase, políticas, esa “libertad” no existe y, a menos que uno se atenga a presupuestos teóricos para el engaño, se sabe perfectamente que todo cuanto hacemos está condicionado de mil maneras y que, de lo que se trata, es de entender críticamente esos condicionamientos para superarlos dialécticamente, según sea el caso, siempre de forma consciente. Por otra parte, es imposible comprender la comunicación, en un específico, sin comprender el conjunto de las determinaciones sociales e históricas que la influyen:

Las condiciones concretas de las fuerzas productivas, el estado de la lucha de clases, los avances de los grupos sociales comprometidos en ellas y la superestructura legal, religiosa y moral con todas las tendencias filosóficas de la hora.

Pero lo que necesitamos es la emancipación definitiva de la comunicación del absolutismo monopólico para que contribuya a restablecer los vínculos orgánicos de la sociedad y luchemos contra la propiedad privada de las herramientas de producción hasta nuestra liberación definitiva y permanente. Esa liberación no se producirá por casualidad. No y no. La comunicación ha de cursar un camino muy largo hasta conquistar el paisaje y producir técnicas nuevas y asom-

brozas relacionadas con la sociedad, no por efectos o formas *novedosas*, sino por significado humano en pleno desarrollo, en oposición a esto con que nos bombardean los mas media que son campos de concentración de la comunicación, que son algo monstruoso para nuestra realidad cotidiana. La emancipación de la humanidad sólo se puede conseguir por medios revolucionarios. Eso incluye los medios de comunicación revolucionarios.

#### **d) El estado (aburrido) actual de cierta “filosofía”**

*Cuando se lee a los filósofos burgueses de los últimos cien años,  
es difícil decidir qué es peor: la aridez del contenido  
o la manera intolerablemente pretenciosa con la que se expresan.  
El contenido es vano y trivial, tan superficial como un crucigrama,  
aún así, hacen los más amplios aspavientos, pavoneándose  
y ridiculizando el pensamiento de los grandes filósofos del pasado,  
con la más pasmosa insolencia. Alan Woods*

¿Qué es la filosofía?: La filosofía<sup>6</sup> es un trabajo (también).

Todos saben que la filosofía es un amor<sup>7</sup>. Pero ¿de qué clase<sup>8</sup>?  
¡Cuidado! hay “amores que *matan*”.

Pocas cosas son más sabrosas, divertidas y (a veces) movilizadoras como echarse, frecuentemente, con amigos o no tanto, una buena *filosofada*. A caso en las sobremesas o las asambleas, mientras se viaja, antes de dormir, en una cantina, en un café... Filosofar al fragor de las relaciones sociales para entender, para entenderse, para explicar y explicarse, para avanzar, para interrogar y especialmente para inaugurar pensamientos, para organizarnos mejor, para mejorar los debates, abrir brechas, para recuperar nuestro desarrollo, para pegar saltos cualitativos y tomar (ganar) conciencia. Y, ojalá, para entrar en acción. Y aunque hay quienes hablan de “muchas filosofías”, acaso *sólo* se trate de ese filosofar practicado por la humanidad bajo acechanzas y expresiones múltiples de época, clase social y conflicto humano... con extensión, profundidad e intereses diversos y,

no pocas veces, en conflicto; un filosofar cambiante siempre con muchas derivaciones que, no todas y no siempre, ayudan a salir del *batche*. Señoras y señores, filosofar, además de ser, a veces, motor para la acción, implica elegir también. Elegir es una forma activa de filosofar. Actuar, bien puede ser, expresión concreta de lo filosofado. Buen lío.

**e) 13 recomendaciones (provisionales y temerarias)  
para filosofar a estas horas**

Eludir toda solución *Extraterrestre*.

Eludir toda filosofía deprimente. Eludir toda idea que nos defina como “inútiles”, “solitarios”, “incapaces”, “malos” o “explotadores” por “naturaleza”. Eludir todo “empirismo a-crítico”.

Eludir toda exageración de los “poderes” humanos y toda atribución de “poderes” a cualquier objeto, natural o artificial. Combatir el “misticismo lógico”.

Asegurarse de que la lengua esté conectada con el pensamiento y con el corazón, sin individualismos.

Asegurarse de que el pensamiento sirva para construir *caminos* para todos.

Asegurarse de que lo filosofado nunca será definitivo, que siempre será mejorable y que eso sale mejor en colectivo.

Asegurarse de que debatir no es lo mismo que pelear.

Asegurarse de que uno siempre filosofa para organizarse mejor y no para desorganizarse, por lo tanto, eludir todo lo que desorganiza.

Asegurarse de que lo filosofado no esconda, niegue, sepulte ni ayude a negar, sepultar o esconder el filosofar de otros. De lo que se trata es de mejóralos.

Asegurarse de filosofar sin rendir pleitesía a dogmas, sectas ni burocracias.

Asegurarse de filosofar para cambiar al mundo no para *hermosearlo*, no para *contemplantarlo*.

Combatir toda *propiedad privada* del pensamiento. Filosofar con sentido del humor.

Asegurarse un *filosofar* que nos lleve a la acción, a la acción revolucionaria.

*Pero la filosofía de cada época, puesto que es una esfera definida en la división del trabajo, presupone la existencia de determinado material intelectual heredado de sus predecesores, y que es su punto de partida. Por eso los países económicamente atrasados también pueden estar subordinados en la filosofía.* Marx

Filosofar es muy importante pero más importante es filosofar *correctamente*. No creamos que el mundo cambiará sólo porque nos *guste* filosofar (producir filosofía), hace falta más que eso hace falta que ese filosofar tenga base y búsqueda de la verdad, que ese filosofar incluya ideas movilizadoras, que no nos detenga y que sí, a cambio, nos de fuerzas para pensar con otros, qué medios y modos nos hacen falta para organizarnos y superar lo que nos oprime, aliena, explota y amarga la existencia.<sup>9</sup> Por sí sola ninguna “filosofía” cambiará al mundo. Es necesario darle vida y que tenga vida bajo la energía misma de la energía colectiva. Y es tan importante esto de filosofar *correctamente* porque tiene que ver con nuestros pensamientos y nuestras conductas, porque tiene que ver con qué ideales y que realidades, incluso confrontadas, nos impulsan a la acción organizada, profunda y permanente. “Filosofar” no es cosa reservada a genios o a especialistas, todos filosofamos aunque no nos demos cuenta... el chiste es, insistamos, filosofar para la acción, no para el miedo, no para la soledad, no para silencio. Filosofar para la transformación (no mesiánica) del mundo y si entre todos.

Uno bien puede construir su filosofar sin sectarismos, sin burocracias y sin “académicos” aburridos. Suele ser que eso que muchos académicos llaman “filosofía” es, en realidad, su *teoría* (o debate) sobre o contra alguien o sobre la filosofía de otros. También suele ser que se hace pasar por “filosofía” cierto oficio de historiador del pensamiento y no faltan los *taxidermistas* de las ideas, los *etiquetadores* y los enciclopedistas ilustrados, vaya uno a saber. Pero lo que en realidad necesitamos, es decir la parte sabrosa que uno aprecia y goza del filosofar, está en otra parte y esa parte bien pueden ser las fábricas, los campos, las calles... donde ocurre la vida real, concreta, donde se la

estudia y se la vive al mismo tiempo. Filosofía con sentido del humor y sentido del amor para algo *tangible* y *útil*, por ejemplo, hacernos concientes de los problemas y solidarios con las soluciones. Filosofar pues, para entender e intervenir en el ascenso individual y colectivo de la humanidad, para que se pertenezca a sí, que trabaje para sí, que estudie y produzca tecnología, vivienda, educación, salud, artes... poesía para sí. Sin amos, sin explotación, sin alienación. Nos hace falta mucho filosofar en ascenso creativo, lúdico y comprometido en manos de los actores del cambio histórico más hondo, de la revolución permanente. Sin pedirle permiso a ninguna academia y sin pedirle permiso a ninguna “vaca sagrada”. Filosofía con método crítico, auto-crítico, incluyente y revolucionario, que cambie la vida y que transforme al mundo. Sabroso. ¿No?

#### **f) Filosofar no debe servirnos sólo para *explicar* o *contemplar***

*¿No es el primer deber del que busca la verdad dirigirse directamente a la verdad sin mirar a diestra o siniestra? Marx*

Es que es imposible comprender cualquier cosa sin ideas y método filosófico dinámico que nos *aproxime* sucesiva y permanentemente a la vida, a la naturaleza, al universo, a la materia; a lo que compartimos con millones de seres humanos con expresiones a veces contradictorias, a veces odiosas y otras veces asombrosas. Filosofar sobre el movimiento incesante y magnífico del macro-universo y el micro-universo. La filosofía es también trabajo para el pensamiento de la razón, según ciertos principios (y fines) generales, con la obligación de interrogar tales principios y a qué necesidades e intereses concretos responden.

*La naturaleza existe independientemente de toda filosofía; es la base sobre la que crecieron y se desarrollaron los hombres, que son también, de suyo, productos naturales; fuera de la naturaleza y de los hombres, no existe nada, y los seres superiores que nuestra imaginación religiosa ha forjado no son más que otros tantos reflejos fantásticos de nuestro propio ser. F. Engels*

Hay quienes creen que no requieren de filosofar para vivir, que pueden ir por la vida sin una filosofía con que tramitar su concepción del mundo, pero la práctica demuestra lo contrario. La humanidad filosofa incluso sin conciencia de hacerlo. Suele imperar el “sentido común” no es otra cosa que el sentido de la ideología dominante. Las ideas dominantes son las de la clase dominante. Y tal dominación de la clase dominante se sirve de cuanto recurso se ponga a modo para expandir y afianzar sus valores de clase, especialmente contra la clase trabajadora que es su antagonico principal y es la clase llamada a producir su auto-superación dialéctica tan pronto logre ser dueña de su fuerza y consciente de su capacidad transformadora del mundo.

Pero los filósofos son también personas que habitan el mundo al igual que todos, que reciben las ideas, filosofías, políticas y prejuicios dominantes, y que tienen ante ellos responsabilidades concretas, como todos nosotros. Incluso por razones económicas no despreciables. ¿Y qué deciden hacer ante las calamidades, las ideas hegemónicas y la barbarie imperante?, se avergüenzan, los acongoja la degradación humana, se disponen a luchar contra la opresión en todas sus formas? No siempre y no muchos.

Es imposible conquistar formas mejores de organización humana plena, digna, sin alienación, sin explotación si carecemos de ideas justas y consensuadas en beneficio de todos. Es imposible intentar mejoras o cambios profundos en nuestras vidas, colectivas y particulares, mejoras en un mundo más exigente a cada minuto, sin un conjunto de conocimientos e ideas *ordenados* que nos ayuden a reconocer qué hacemos bien, qué hacemos mal, qué urge corregir y qué urge conservar. Incluso, sin filosofar, es imposible reconocer qué ideas *equivocadas* conviene cambiar, cómo saber qué tan equivocadas son, en qué partes si y dónde no y con qué ideas nuevas hemos de sustituir las que ya no corresponden a nuestro modo de ser y pensar actual.

Es imposible vivir sin filosofar, es imposible filosofar siempre de la misma manera y es indispensable mantener nuestra producción filosófica vigorosa y creativa. Filosofar debe servirnos, como una ciencia, para transformar el mundo en el sentido de la tesis XI de Marx. Debería ser una práctica cotidiana del pensar y el hacer libres.

Filosofar debería servirnos (sin utilitarismos) para *poner* (proponer) *orden*, crear *orden* nuevo consensuado, incluso para organizarse (ordenarse), para terminar con el conjunto de los atrasos y las calamidades históricas más odiosas. Filosofar debería servirnos para crear proyectos de vida nueva, mejor, con justicia respeto a las diferencias y poesía en la vida práctica.

### **g) Filosofar como trabajo científico**

*El poder de la ciencia reside en su capacidad de generalizar a partir de observaciones y hacer predicciones, su capacidad de desarrollar la teoría estudiando los procesos en funcionamiento y después utilizar esa teoría como una guía para la acción.<sup>10</sup>*

Uno puede filosofar de maneras muy diversas y según el método que elige. Uno a veces elige y no sabe qué eligió, elige por imitación, por inducción o por asimilación. Unas veces elegimos conscientemente y otras no. Hay generaciones enteras de “filósofos” que recorren el mundo sin saber que hay opciones, ideas distintas, pensamientos divergentes y en debate. Hay también filósofos que no encuentran empleo para su “ciencia” y andan errantes sometidos a los *jaloneos* del mercado.<sup>11</sup> Hay quienes filosofan por *hobby*, los hay que filosofan por curiosidad, también hay quienes filosofan con disciplina y compromiso esporádicamente y, desde luego, hay quienes filosofan como militancia ejemplar a la que entregan lo mejor de sí, su talento íntegro y la vida misma; y no piden licencia para pensar y actuar, con la filosofía y para la filosofía. No necesariamente están en las escuelas o las universidades y se impulsan con la fuerza de la verdad para cambiar al mundo. Hacen de la filosofía una herramienta de lucha diaria. Esos son los indispensables.

En contraste, hay “filósofos” que se encargan de callar o esconder el pensamiento, las diferencias y las controversias. Hay “filósofos” que de plano niegan todo menos lo suyo. Las Universidades suelen estar infestadas por especímenes de esos y hay, como en todo, excepciones

de honra. Pero en las “Alma Mater” también hay grandes trabajadores de la filosofía. Estudiosos permanentes que enseñan y aprenden los medios y los modos de producir pensamientos que, bajo cierto orden y sistema, son búsqueda apasionada de la verdad. Trabajadores de la filosofía que, a como pueden, se agencian libros, artículos, revistas, acuden a reuniones congresos y debates para actualizarse y superar conocimientos y acciones, propias o ajenas. Trabajadores que se empeñan en producir filosofía, profunda y ancha, al alcance de todos y para que la *usen* todos. Hay trabajadores de la filosofía que por su calidad humana y su militancia en la teoría y la práctica son verdaderos revolucionarios necesarios en el filosofar contemporáneo.

Y justamente en ellos se descarga, con frecuencia perversa, la *ira* de los burócratas, los sectarios y los “académicos” de la filosofía. Que los hay, los hay y muchos. Andan amos y dueños de oficinas, secretarías, teléfonos y expedientes; andan a vuelo raso entre favores y/o entre sábanas con sus séquitos de lacayos trepadores, en jauría de presupuestos, a la caza de becas o cargos. Andan agachaditos y silenciosos tras las togas de los “patrones” en espera de un sueldito, de un punto, una publicación o una cita en el libro de alguien a como de lugar y a cualquier costo. Mercenarios de las cátedras que ensalivan con erudición circense los atrios y los ábsides donde colocan sus palabras fetiche, su *logos* tomista, kantiano, immaculado y transustanciado.

No pocos estudiantes de filosofía, y no pocos profesores, son victimados (contra su voluntad) bajo modalidades de extorsión y chantaje muy refinados y “civilizados”: Trabajan gratis. Y es preciso aclarar que es contra su voluntad porque, inaceptablemente, hay quienes se inmolan con placer masoquista de género *cuasi* inexpugnable. En el mejor de los casos quienes no son bendecidos por alguna mano celestial desde los cargos dirigentes más altos, están condenados a un sistema de besamanos piramidal y escarpado, por unos cuantos pesos y de donde se puede resbalar y caer al primer intento de rebeldía. Mandan las “vacas sagradas” y sus mugidos son palabra inequívoca. Es una historia que se repite en todas partes. Vendrá el día en que esos trabajadores de la filosofía, sometidos a extorsiones y miserias sin fin,

tomarán la voz y gritarán verdades calladas larga y amargamente. Por ahora, muchos sufren también el *castigo* de la falta de conciencia sobre su propia fuerza como trabajadores y la no poca desconfianza que genera su desorganización también. ¿Tendrán conciencia de su grado de alienación? ¿Eligieron esto?

Trabajadores de la filosofía con la vida hecha añicos bajo el martillo de las contradicciones más odiosas. Trabajadores victimados por el manoseo de sus necesidades más elementales; sometidos a sobredosis de humillación que envenena cada día las fuerzas y las esperanzas, gota agota, como si una fiebre negra avanzara contra los días que nos quedan por vivir y nosotros nada pudiéramos hacer mientras soportamos el secuestro de la alegría, el secuestro de las libertades más urgentes y el secuestro del pensamiento todo.

Basta con recorrer los pasillos de algunas universidades públicas o privadas, mirar los apuntes, los pizarrones y las bibliotecas, para obtener el santoral teórico y las formas de inquisición académica. Basta con ver los rostros y los resultados. Basta con mirar los coches y los excusados. Basta con mirar las nóminas y las encíclicas. Los trabajadores de la filosofía con coberturas médicas mínimas, viviendas precarias, rentas altas, comen mal, apenas pagan el teléfono, la luz, el gas, la escuela de los hijos; un librito cada tanto y listo. Los meses se alargan y se acortan al ritmo de las deudas. Heidegger no sirve a la hora de comprar leche o pan. Tampoco el “Círculo de Viena”, ni el “giro lingüístico”, las teorías no se mezclan con la realidad y luchar por lo mínimo indispensable, luchar como trabajadores por la dignidad del trabajador de la filosofía “está mal visto”, “queda mal”, desluce el kaffaire filosófico, el aura mística del saber en sus formas lógicas más puras, tan puras que de tan puras se hacen etéreas y alcanzan al ser absoluto en una imaginería plena de malabares y equilibrios silogísticos frecuentemente inútiles, oscuros, odiosos e inexpugnables. Y hay que *tragárselos* para pasar los exámenes, para cobrar los sueldos. ¡Vaya si hay filósofos amargados!

Nada está perdido. Casi imperceptiblemente andan, poco a poco, acarreándose las fuerzas necesarias para juntarlas en el punto enigmático y agraciado donde lo cuantitativo pega un salto y se cambia todo.<sup>12</sup>

Muchos profesores y estudiantes de filosofía trabajadores en sus sentidos mejores del pensamiento y la acción, van y vienen convencidos de que ya se acerca la hora. Hay datos concretos, movilizaciones, acuerdos y conquistas concretas. Unas más secretas que las demás, pero todas a tiempo con la hora de la hora... o sea la hora de los grandes cambios. Y no andan estos camaradas desnudos de ideas. Andan con sus propuestas y sus debates resistiendo y expandiendo tácticas y estrategias para que, más temprano que tarde, sin esperar a que les den permiso, los trabajadores de todo el mundo se unan, como se debe, de una vez por todas. Bajo la filosofía de todos, la unidad de todos los explotados<sup>13</sup>, la huelga general, por ejemplo. “La vida enseña”.

*La idea del desarrollo, de la evolución, ha penetrado actualmente casi en su integridad en la conciencia social, pero no a través de la filosofía de Hegel, sino por otros caminos. Sin embargo, esta idea, tal como la formularon Marx y Engels, arrancando de Hegel, es mucho más vasta, más rica de contenido que la teoría de la evolución al uso. Es un desarrollo que parece repetir las etapas ya recorridas, pero de otro modo, sobre una base más alta (la ‘negación de la negación’); un desarrollo que no discurre en línea recta, sino en espiral, por decirlo así; un desarrollo a saltos, a través de catástrofes y de revoluciones, que son otras tantas ‘interrupciones en el proceso gradual’, otras tantas transformaciones de la cantidad en calidad; impulsos internos del desarrollo originados por la contradicción, por el choque de las diversas fuerzas y tendencias que actúan sobre un determinado cuerpo o en los límites de un fenómeno en concreto, o en el seno de una sociedad dada; interdependencia e íntima e inseparable concatenación de todos los aspectos de cada fenómeno (con la particularidad de que la historia pone constantemente de manifiesto aspectos nuevos), concatenación que ofrece un proceso único y mundial del movimiento, con sus leyes; tales son algunos rasgos de la dialéctica, doctrina del desarrollo mucho más compleja y rica que la teoría corriente. Lenin, Karl Marx*

Por cierto, uno puede imaginar qué sería de este mundo si las “categorías” más valiosas del pensamiento, es decir, si los conceptos y generalizaciones más valiosas de la humanidad, fuesen enseñadas en las escuelas y las universidades, por ejemplo: el respeto a la dignidad humana a toda costa, la solidaridad para luchar contra toda alie-

nación, la abolición de la propiedad privada, el castigo a toda explotación y usura; si esos fuesen los valores dominantes con que miles de profesores en todas las escuelas y desde los primeros años, acompañaran sus enseñanzas matemáticas, cívicas, sociales, biológicas, etc. la cosa pintaría muy diferente. Uno puede imaginar así la importancia de la filosofía en las aulas diariamente. Es un ejemplo simple pero es un ejemplo.

### **h) ¿Consumatum est<sup>14</sup>?**

¿Ha muerto la filosofía?, ¿cómo murió, de qué murió? ¿la mató alguien?

Unos dicen que murió, otros dicen que no.<sup>15</sup> Aunque hay quienes disfrutan fabricando calumnias y tergiversaciones contra la filosofía y hay enterradores oficiales del pensamiento, es importante mantener presente que la filosofía “debe ser hecha por todos”.

¿Acaso este es el fin de la historia, su finalidad? ¿Acaso este era el fin programado? ¿El nacimiento del “pensamiento único” bajo el manto del “Consenso de Washington”? ¿El pensamiento único como mortaja de la filosofía? Decretar la muerte de la filosofía implica decretar la inutilidad del pensamiento. Pero, nadie se confunda, las tendencias generales del capitalismo reflejan sus ideas reaccionarias en todo lo que tocan. Por eso se expresan en la *ciencia* y en las teorías reaccionarias de cualquier índole. La ideología burguesa atraviesa una crisis cuya derivación general avanza hacia el idealismo, el misticismo y la superstición cada día más cínicos.<sup>16</sup> ¿No será esta la hora de que nos organicemos para combatir semejante tendencia y desfachatez?

Pero esta vez la filosofía burguesa en su crisis necesita devaluar el pensamiento y suponer que con eso suprime de sus funciones e intuiciones más rebeldes. ¿Para qué pensar? si ya está todo dicho, si está todo resuelto... pensará el burgués. ¿Para qué pensar? si *esto* “es lo que siempre quisimos”, si esta realidad que nos rodea es “lo mejor que se puede querer y alcanzar”. ¿Para qué pensar? si tenemos las guerras rentables, muerte de millones de personas, destrucción paulatina de

las fuerzas productivas y devastación de civilización misma. Si tenemos el fascismo actualizado en la Casa Blanca, los campos de concentración en aviones y galpones clandestinos por todo el mundo. ¿Para qué pensar? si tenemos los *mass media*, las baratijas de la farándula globalizada, la paz universal de los sepulcros, la tortura y el saqueo pertinaz de materias primas y mano de obra explotada hasta la ignominia. ¿En qué hay que pensar? Si todo se ha logrado. Las fuerzas productivas estancadas, el campo está arruinado, hay pobreza y desempleo. ¿Para qué pensar? ¿Para quién? Si una economía planificada de tipo socialista puede movilizar las fuerzas productivas de todo el mundo, es decir, las fuerzas productivas de las ideas y los actos para trabajar en tierra fértil, industria, ciencia y tecnología con potencial creativo para transformar la sociedad. ¡Mejor ni pensarlo! Pensaron, y piensan, los filósofos burgueses que para eso les pagan y muy bien. Y habrá que luchar contra sus ideas y contra ellos.<sup>17</sup> Por cierto, filosofar también implica lucha. La lucha de clases y la lucha de las ideas.

### **i) La filosofía que no queremos**

*En los años recientes, la crisis de la ideología burguesa se ha expresado entre otras cosas, por un desplazamiento general hacia el idealismo, el misticismo y la superstición.*<sup>18</sup> Allan Woods

No sabemos cómo debe ser, milimétricamente, la filosofía en el futuro pero si sabemos que es inexcusable primero destruir, superar, al capitalismo, de inmediato, para eso es necesario un filosofar actualizado que nos asombre y movilice para siempre. Por cierto, sabemos cómo no queremos que sea la filosofía. Por ejemplo:

No queremos un filosofar exclusivo de *recintos* para iluminados (o ilustrados déspotas) empeñados en ostentar la propiedad privada del conocimiento, sus instituciones y financiamientos.

No queremos un filosofar como escapatoria ni como flagelo.

No queremos filósofos explotados, aislados en *mazmorras* académicas o en sepulturas de silencio forzado.

No queremos filosofar en la explotación, la miseria y la muerte para siempre. Resignados y mansos.

No queremos filosofías simplistas ni palabrerías de ocasión.

No queremos *gurús*, santurriones ni medicuchos de almas.

No queremos verdades sublimes iluminadas con el fulgor de una lógica prístina y bajo los efluvios de la contemplación mística que *hermosea* al capitalismo con “enciclopedias de la inutilidad”.

No queremos más circos de silogismos acróbatas.

No más esnobismo de palabrería autocomplaciente.

No más filósofos “asesores” de señores ministros, señores presidentes, señores gerentes. No más fauna servil dadora de ideas para maquillar el saqueo y la barbarie.

No más “investigaciones” y “tesis” complacientes o por encargo para lisonjear amigos y enemigos bajo promesa de canonjías y prebendas.

No más conferencias para llenar las nóminas y santiguar al jefe.

No más congresos para el torneo degenerado de los halagos, el tráfico de influencias, el gasto frívolo, el turismo sexual y las cornamentas.

No más coloquios, encuentros, simposios para la vanidad de los enanos con “publicaciones” incontables en el circo de salivas que serán suministradas a estudiantes rehenes de burócratas.

No más filósofos pastores de almas, empeñados en conducir rebaños a la tumba rentable de sus templos.

No más sacrificio de *inocentes* en las hogueras del fanatismo posmoderno que levanta catedrales de ipsofacto según las temperaturas políticas de la zona. Y salen en la tele.

No más filosofía de auto ayuda, no más redentores a salivazos.

No más pornografía eclesiástica con remates trans-terrenales.

No más filosofías de *hippies* tardíos.

No más filosofías de rebeldes renegados.

No más moralina de insurrectos arrepentidos.

No queremos filósofos de la resignación, la mansedumbre y el servilismo. Ni en las aulas ni en las calles.

No queremos más filosofía sin “efecto mariposa”. Como lo entendemos nosotros.

No queremos más filosofía decorativa, libresca y sectaria.  
No queremos más filósofos inútiles profesionales de la amargura y la frustración.  
No queremos más filósofos apologistas de sí con un sentido de autopromoción descontrolado.  
No queremos más filósofos de la memoria y de diccionario especializado.  
No queremos más filósofos del *strep tease* existencialista en la aulas.  
No queremos más filósofos de la desorganización y del derrotismo.  
No más filósofos posmodernos, neoliberales y neo lebreles.  
No más filósofos costumbristas o conservadores acostumbrados sólo a conservar sus sueldos.  
No más filósofos ensalivando papeles de burócrata en palestras de vanidades serviles.  
No más filósofos de espaldas a las luchas sociales y a los movimientos revolucionarios desde abajo.  
No más filósofos de espaldas a los estudiantes, a los campesinos y a los obreros.  
No más filósofos de espaldas a las mejores luchas revolucionarias de sus pares.  
No más de lo mismo.

## **j) El objeto del deseo**

*La humanidad saltará del reino de la necesidad  
al reino de la libertad.* F. Engels

La verdad que apasionadamente ha de buscar la filosofía no es una colección de tesis dogmáticas fijas que, una vez encontradas, sólo haya que aprenderse de memoria. El proceso mismo del conocer, por sí no tiene sentido sin un compromiso absoluto con la verdad y hacia la transformación definitiva de la sociedad. Insistamos si es preciso. De nada sirve filosofar si se pretende encontrar una verdad absoluta, un punto en que ya no permita avanzar, un punto que frene el desarro-

llo. De nada sirven las ideas que nos hacen cruzar los brazos para contemplar la verdad absoluta. La filosofía no puede tener ni admitir una final, un punto de llegada definitivo: la perfección. La filosofía que requerimos ha de obra de un proceso de fases transitorias en desarrollo infinito como es el desarrollo de la sociedad humana, desde lo inferior a lo superior. Proceso que cumpla con todas las fases necesarias que la engendren y caduquen hasta alcanzar condiciones nuevas y superiores. *Ninguna formación social desaparece antes de que se desarrollen todas las fuerzas productivas que caben dentro de ella, y jamás aparecen nuevas y más altas relaciones de producción antes de que las condiciones materiales para su existencia hayan madurado en el seno de la propia sociedad antigua. Por eso, la humanidad se propone siempre únicamente los objetivos que puede alcanzar, pues, bien miradas las cosas, vemos siempre que estos objetivos sólo brotan cuando ya se dan, o por lo menos se están gestando las condiciones materiales para su realización.* Marx, Prefacio de la CONTRIBUCIÓN A LA CRÍTICA DE LA ECONOMÍA POLÍTICA.

Necesitamos una filosofía con bases firmes donde pararnos sin sentirnos carne de cañón ni rata de laboratorio, una filosofía sin dogmas prefabricados... sin conclusiones prefabricadas. Una filosofía que nos ayude a pensar con libertad el mundo que nos rodea y el mundo que quisiéramos a cambio. Una filosofía que nos ayude a mejorar nuestras ideas y nuestras acciones, una filosofía de la praxis para el espíritu y para la panza, para la humanidad toda, para recuperar su desarrollo todos y entre todos. Sería bueno ¿No?

Necesitamos una filosofía que, poco a poco, ceda el paso a fases más altas permanentemente gracias a la dialéctica misma que atraviesa todo. La burguesía, los estados *absolutos* congruentes con ella. Esta filosofía que invocamos no admite lo *definitivo, absoluto, consagrado; en todo pone de relieve lo que tiene de perecedero, y no deja en pie más que el proceso ininterrumpido del devenir y del perecer, un ascenso sin fin de lo inferior a lo superior, cuyo mero reflejo en el cerebro pensante es esta misma filosofía. Cierto es que tiene también un lado conservador, en cuanto que reconoce la legitimidad de determinadas fases sociales y de conocimiento, para su época y bajo sus*

*circunstancias; pero nada más. El conservadurismo de este modo de concebir es relativo; su carácter revolucionario es absoluto, es lo único absoluto que deja en pie. La filosofía que invocamos es una filosofía de la praxis, de la acción.*

*En los años recientes, la crisis de la ideología burguesa se ha expresado entre otras cosas, por un desplazamiento general hacia el idealismo, el misticismo y la superstición. Allan Woods*

### **k) Todo problema laboral de los filósofos es un político y un problema filosófico (también)**

No aceptaremos por filosofía eso enmarañado, oscuro e inaccesible que algunos exhiben como presa de sectas. La filosofía es un trabajo determinado por las mismas condiciones generales y alienantes que determinan el estado actual del trabajo. La producción filosófica es cara e inabordable con el salario común de un investigador o un docente. Los filósofos han de reconocerse como trabajadores científicos sometidos a reglas de alienación, abuso y explotación, las mismas reglas que someten mundialmente a los trabajadores para que la riqueza que producen sea ajena y sirva para esclavizarlos más. Los filósofos no son inmunes a la miseria, también son victimados por el capitalismo y sometidos al manoseo indecente de sus necesidades más elementales. Los filósofos son trabajadores que también producen y piensan de una manera determinada por su realidad de clase.

Es relativamente falso que no exista, en Latinoamérica, una “política” en materia de filosofía, porque existe una política de exclusión y desigualdad. A eso se debe la disminución de los salarios y de los recursos reales destinados a investigación y desarrollo. A eso se debe el deterioro de las condiciones generales para el desempeño del trabajo filosófico. Los filósofos complacientes tienen de todo. No es que haya falta de ideas para la investigación filosófica en temas medulares de las sociedades y los individuos, lo que hay es una administración degenerada que dilapida los recursos que son escasos y, al mismo tiempo, malversados. Ejemplos hay y muy claros en la adjudicación de becas y proyectos, el recorte selectivo de las asignaciones para

investigación y el retraso irritante para su cobro. La burocracia se ha adueñado de todo y el campo de la filosofía no es una excepción.

Nada en materia de producción y desarrollo filosófico en México puede ser analizado al margen del contexto mundial, está detenido el desarrollo de las fuerzas productivas desde finales de la Segunda Guerra Mundial. Hace 60 años la investigación filosófica vive agudizada, la contradicción de tener que producir ciencia filosófica (es decir, entre otras cosas, solución de problemas) en un sistema económico, que no sólo no invierte para el desarrollo digno de todos sino que sus gastos mayores son gastos para la destrucción de sus fuerzas más valiosas: la naturaleza y el trabajo. En términos generales la Investigación filosófica sufre las mismas calamidades mundiales impuestas por las privatizaciones indiscriminadas y la monopolización<sup>19</sup> globalizada<sup>20</sup>. Al rezago en materia de Investigación filosófica, que se verifica en países centrales tanto como en países coloniales o semi-coloniales, se agrega el imperio odioso de los sectarismos burocráticos, los clientelismos y los sistemas de premio-castigo según los intereses que se halaguen u ofendan a quien autoriza presupuestos. La Investigación filosófica vive desde finales de la Segunda Guerra Mundial una crisis ética, económica y política basada en la infiltración ideológica del capitalismo en los espacios morales más sensibles, la danza de los millones para crear un espejismo de desarrollo que destruye el trabajo, que crea servidumbre al imperio bélico<sup>21</sup> y la ilusión de la humanidad alcanzará, una parte de ella, una mejor calidad de vida expresada, no exclusivamente, en su duración.

Investigar en filosofía es un trabajo caro que exige muchos recursos. Cada vez son menos los investigadores que, por su cuenta, pueden abordar un objeto de estudio y dedicarle tiempo y fondos suficientes para encontrar descripciones, hipótesis y tesis pertinentes al estado y sentido de sus búsquedas. Y problemas no faltan. Cada día son menos porque hay un “mercado” de la investigación que crece e impone reglas de adaptación permanente al más fuerte. Proliferan las sectas que imponen proyectos de investigación complacientes, mediocres y empirocriticistas. Fabrican “investigaciones” *ad hoc*, con mano de obra a-crítica y barata. Con excepciones relativas.

Bajo regímenes “legales” diversos, se modelan, con impunidad casi total, estrategias de baja intensidad para sacar de circulación ideas y teorías *incómodas*, movimientos y denuncias *peligrosas* y especialmente vinculaciones de la filosofía con la transformación efectiva de las calamidades sociales. No se estudia cómo crear y enriquecer la tarea de la crítica. No se estudia el cuadro completo de las catástrofes socio-culturales producidas por la devastación de la naturaleza y los seres humanos. Sí se financian proyectos de investigación atomistas, relativistas, utilitaristas y solipsistas que sirven para ganar apoyo político en burocracias y empresas de turno o moda, donde participan los fundamentalismos, las teorías neo-religiosas<sup>22</sup>, el tráfico de influencias, la seducción de estudiantes para la prostitución laboral en un mercadeo de cerebros, inteligencias y creatividades mientras, en no pocas bibliotecas, persiste la desaparición de autores secuestrados para siempre en las mazmorras de la censura más reaccionaria. ¿Quién audita?

Más de un episodio bochornoso exhibe sin pudor el estado de la miseria filosófica, aunque algunos investigadores obtengan menciones y títulos brillantes. Algunas universidades y no pocos grupos empresariales premian con cargos a los más dóciles y reprimen las luchas más avanzadas de los trabajadores de la investigación filosófica dispuestos a transformar el mundo. No debería ser necesario recordar que la filosofía es una reserva extraordinaria de conocimientos acumulados por la humanidad. Y que es indecente ocultar, tergiversar o perseguir esos conocimientos para beneficio privado de quien posee, fábricas o universidades. Tenemos que reconocer el hecho de que los intereses de clase han introducido falsificaciones especialmente en las ciencias sociales y las “humanidades”. Y no se quedan afuera las “ciencias duras”. Frenan el desarrollo del pensamiento libre, imponen “escuelas” a cada paso, vulgares y contradictorias, cuyo fin no excluye imponer un “pensamiento único” ciego y sordo. El mercado de la Investigación Filosófica se transformó en un medio para oprimir conciencias. Canceló la formación de personas independientes. La ideología dominante es la ideología de la clase dominante incluso en las universidades o centros de investigación donde extien-

de sus tentáculos paradigmáticos: valores y representaciones, objetos, hábitos de consumo, ademanes y modales, sentido común, indumentarias y giros léxicos, fetichismos... Se trata de operaciones basadas en la degeneración de muchas organizaciones científicas o universitarias, que cancelan toda vinculación con los intereses y las necesidades elementales de las sociedades como si fuese pensable invocar a la ciencia sin participar de las mejores luchas sociales.

Es cierto que existen casos honrosos por excepcionales. La poca, excepcional y escasa investigación y producción filosófica en países colonizados o semi coloniales posee márgenes de maniobra sepultados (y sepultables) bajo el peso de la indiferencia cuando no de la competencia.

La investigación filosófica es un trabajo altamente especializado y de prioridad estratégica que define incluso el ser mismo de la sociedad. Quien produce investigación filosófica desempeña un trabajo determinado, no siempre favorablemente, por un conjunto de factores propios y ajenos, inseparables de los paradigmas políticos, económicos, culturales predominantes en cada época. El trabajo del investigador en filosofía no sólo no está al margen de la realidad concreta que lo envuelve y define, sino que está en tensión crítica con ella y con todos los factores generales o particulares de la alienación que aquejan históricamente al trabajo humano.

Consideramos que la investigación filosófica debe ejercer fundamentalmente:

1. Libertad relativa y determinada por la problemática mundial y local.
2. Crítica dialéctica, concreta y plural.
3. Integralidad pluridisciplinaria.
4. Diversidad igualitaria.
5. Intervención co-responsable y transformadora.

Hay que poner sobre la mesa todos los elementos para analizar qué pasa con la filosofía hoy la docencia y la investigación, ante esa pauta mercantil que se ha interpuesto un quehacer teórico práctico del filósofo. Hay que interrogar todo la dignidad de la disciplina y el derecho a su autonomía relativa ante las crisis sociales. Hay que poner bajo la

lupa de la crítica la idea de que la filosofía debe “modernizarse” para “responder” mejor a los “retos y desafíos” que le plantea la “sociedad del conocimiento”. Es decir, la sociedad de mercado. Filosofía para la competitividad económica en el mercado que trata de subordinarlo todo al éxito del pensamiento único. La filosofía tiene un lugar histórico y contradictorio en la sociedad. Representa, no cabe duda, uno de los componentes necesarios para componer el tipo de sociedad y *verdad* colectiva que domina en un tiempo concreto. La filosofía no es sede del conocimiento por antonomasia sino un modo de producción de ideas sistematizadas para alcanzar la “verdad” en colectivo. Pero la historia de la filosofía demuestra que el pensamiento humano se encuentra dividido por convicciones contrapuestas en relación directa con contraposición de clases sociales y que el pensamiento no puede ser indiferente a este hecho.

### **1) He aquí que contamos con el materialismo dialéctico**

El materialismo dialéctico es la filosofía del presente y del futuro.<sup>23</sup>

He aquí un método para filosofar y para intervenir prácticamente, o sea en acción consciente, en la naturaleza, la sociedad y el desarrollo humano: el materialismo dialéctico. Método para filosofar activamente sobre las leyes del movimiento más generales en la naturaleza, la sociedad y el pensamiento humano. Ideas científicas bajo un método revolucionario de transformación de la realidad que posibilita el análisis y la reflexión sobre los hechos más diversos y sobre los acontecimientos relacionados con la naturaleza, la sociedad y el pensamiento humano. El materialismo dialéctico como herramienta para un filosofar, sabroso y movilizador, aparece en la actualidad como un método perfectible por exigencia propia que, además de facilitarnos el trabajo de entender crítica y coherentemente el pasado, permite comprender el presente a escala mundial y, además, esto es una de sus fuerzas más poderosas; permite elaborar pronósticos críticos, adelantar hipótesis sobre el futuro sin determinismos, sin fatalismos. Es una herramienta magnífica para poner en claro cuánto depende el futuro de nuestra capacidad de acción organizada y revolucionaria, como ningún otro método.

Contamos con el materialismo dialéctico como praxis, que en sí comporta la exigencia de su propia crítica y desarrollo, que implica también, elección crítica de método, praxis y desarrollo del método. No es un método cerrado, no es un método intocable y esa es una de sus riquezas y rigores. Es en el “campo” de la filosofía donde se concitan los nervios teórico-metodológicos de muchas ciencias o disciplinas que no le temen al “rigor” científico, que entienden por “rigor” la búsqueda infatigable y colectiva de la verdad, que no acepta ideas monolíticas, que no tiene santuarios a la “forma” lógica por la “forma” misma, que no dota a la razón de poder demiúrgico y que no rinde pleitesía a ninguna entidad o voluntad *extraterrestre*. Pero rigor implica rigor ético también. No sólo rigor con las “formas” lógicas, con los razonamientos abstractos, con los datos aislados. Rigor implica exigencia al máximo del entendimiento y de la responsabilidad que produce entender los hechos, responsabilidad que invariablemente nos conduce a la práctica, a la acción y, en rigor, si se es coherente, intervenir rigurosamente.

Si pudiésemos ofrecernos el materialismo dialéctico como herramienta de nuestro trabajo cotidiano como parte de la clase trabajadora, como trabajadores de la filosofía, hacia un programa socialista, daríamos un paso decisivo en la lucha por la transformación social. Nos daríamos la oportunidad de combatir toda indiferencia contra el pensamiento y el sentimiento de los trabajadores. Podríamos romper muchos aislamientos y hacer más poderosas y confiables nuestras ideas que deben tener por base lo que piensan los trabajadores más insurrectos, más avanzados, cuáles son sus simpatías y su estado de ánimo. Ahí el materialismo dialéctico es una herramienta de trabajo concreto y práctico, ahí está su fuerza mejor y es imprescindible adaptar el método a las condiciones concretas de los trabajadores sin abandonar los principios más rigurosos del materialismo dialéctico. Haríamos filosofía de verdad.

Contamos con materialismo dialéctico para forjar confianza en nuestras ideas, no porque haya que *aprenderlas* de los libros sino porque habrá que madurarlas desde nuestras luchas, ayudados, si se ponen a modo, por los aportes teóricos y prácticos más aventajados

que sean capaces de caminar codo a codo y no como “gurúes” ni Mesías. El materialismo dialéctico es un método dúctil y adaptable a problemas muy diversos, es una combinación de ideas muy precisas y rigurosas con aplicaciones muy accesibles y participativas. Todos pueden colaborar su desarrollo bajo condiciones muy diversas según las exigencias de la hora. Es el método de la revolución socialista que la ayuda a ser victoriosa, no un estorbo formal que se adapta sólo a sus “presupuestos” abstractos. Debemos probarlo.

He aquí que contamos con el materialismo dialéctico para la toma de conciencia como trabajadores de la filosofía, en el seno de organizaciones donde tenemos depositadas nuestras mejores esperanzas y esfuerzos. Ese es nuestro mejor territorio, crisol magnífico, no los “laboratorios” de saliva *silogística*, no los pasillos donde se besa la mano de las “vacas sagradas”, no los anaqueles de las bibliotecas. Si hay algo que une a la humanidad, a lo largo de su historia, son nuestras luchas constantes para liberarnos de las opresiones y tomar control sobre nuestras vidas, la lucha para ser libres en el sentido concreto y colectivo de la palabra. Para contribuir a perfeccionar esa lucha el materialismo dialéctico se presenta como una herramienta no acabada, capaz de permitir, y exigir, su perfeccionamiento paulatino, probado y provisional siempre. Como ningún otro. Método que no opera fuera de la realidad, método para la superación del capitalismo decrepito y la construcción del socialismo en manos de los trabajadores, (incluidos los trabajadores de la filosofía) por sus propias manos, como parte de su hacer y de su hacerse a sí mismos, como logro de los trabajadores que posibilitarán un desarrollo mucho mayor de la ciencia, la cultura, la educación y que harán avanzar a la humanidad mucho más rápidamente. Eso nos urge. ¿Tomamos un cafecito?

Esta Filosofía de la Comunicación no desdeña ser también un alegato político en el sentido político impreso en la definición misma de la comunicación e impreso en el sentido mismo de la unidad intelectual entre ciencia, filosofía y arte que atañen, inevitablemente, a todo estudio programático de la comunicación y de sus medios. Alegato político crítico que no se engecece ni amedrenta con los espejismos del poder para incidir en la necesidad histórica de construir un poder

nuevo: el poder de los trabajadores en plena libertad. Alegato, por otra parte, que debería ser requisito necesariamente metodológico de cualquier deontología o ética científica. Sólo a partir de profundizar, ensanchar y clarificar la obligatoriedad de un marco teórico programático que situé al trabajo como punto de partida para el estudio de la comunicación podremos garantizar que tal es verdaderamente compromiso de análisis y síntesis científico para la transformación de la realidad hacia un nuevo orden mundial de la comunicación, su reivindicación como trabajo humano creador y la desaparición de toda alienación y apropiación privada de los medios para la comunicación. No habrá transformación real de la comunicación si no hay transformación real de la sociedad.

Compete por supuesto a esta Filosofía de la Comunicación caracterizar los modelos estéticos desarrollados por el capitalismo para *hermosear* sus tácticas y estrategias esclavizantes. La idea burguesa de “belleza”, de “gusto”, de “placer” (según prefieran sus teóricos) tiene como base el poder para la acumulación y la ostentación. En realidad, estos que se consideran valores son fuente de sus principales “patologías”. Acumulación y ostentación signadas por la lucha de clases generan dicotomías que van desde la relación bien-mal, acción-pasividad, belleza-fealdad, abundancia-miseria, hasta fidelidad-traición entre otras. La estética burguesa que perfecciona sus cánones rigurosamente bajo las premisas de acumulación y ostentación, ha modelado no sólo para el campo de las “artes”, o lo que la burguesía llama “arte” sino para toda actividad social, una “doble moral” que es, tarde o temprano, consecuente con la definición de un sistema económico-social fracturado que fabrica fracturas. Eso quiere decir que el capitalismo, absurdo e insostenible, ilógico y contradictorio, se hace pasar por “modo único”, síntesis de la existencia y destino perenne. “Fin de la Historia”

Otro deber de esta Filosofía de la Comunicación es constituirse en advertencia, es decir, advertir sobre los riesgos o faltantes productores de errores que suelen presentarse en muchos estudios dedicados a la comunicación. Advertir, en el sentido de darse cuenta, sin sentirse exclusivista de sus advertencias, y mejor aún, en búsqueda de adver-

tencias similares que conformen una corriente de advertidores capaz, al menos, de presentar líneas claras para el debate, y superación de faltantes teóricos indiferentes a las premisas aquí expuestas.

También la aventura de llamar a este estudio Filosofía de la Comunicación advierte sus desafíos centrales por cuanto se obliga a autodefinirse en la práctica. Tal práctica tiene escenarios específicos en ámbitos académicos donde estudiantes e investigadores podrán objetar y superar las dolencias necesarias de mis pretensiones filosóficas. Pero no es ese su escenario más importante. Este está en la dinámica misma de la transformación social. Está en las manos de los trabajadores, de la clase trabajadora, del proletariado internacional que libra hoy batalla es impostergables, a ello quiere servir como contribución, paradójicamente, modesta y plagada de ambiciones, esperanzas y certezas en espera de su auto-transformación dialéctica, en espera activa de la práctica revolucionaria para un mundo que deje abolida para siempre la propiedad privada de los medios de producción comunicativa. En cualquiera de sus expresiones.

Milita, pues, este estudio con un aliento poderoso devenido del Surrealismo como movimiento revolucionario de las fuentes y formas, medios y modos de la comunicación contemporánea puesto al Servicio de la Revolución y de un filosofar que encarna en el derecho a la poesía y al amor loco ordenando y desordenando, premisas al calor de una libertad de síntesis que vive determinada por las realidades y esperanzas más diversas, por ejemplo: que la comunicación sea hecha por todos.

Esto obliga a establecer respecto a la filosofía del Surrealismo al menos una precisión inicial. Nos atenemos a lo dicho por André Bretón en sus manifiestos del surrealismo. Nos atenemos al desarrollo histórico de este movimiento con lo que tuvo de revolucionario en materia de comunicación arte y poesía, creándose una política para la movilización del espíritu que marcó para siempre los derroteros de casi toda forma de expresión contemporánea, lo sepa o no. Nos atenemos a la experiencia dialéctica del pensamiento surrealista que se depuró y perfeccionó, hasta donde pudo, incluso gracias a la colaboración entre André Bretón y León Trostsky. Nos atenemos a la con-

ciencia de todo lo que quedó incompleto, sugerido o recomendado por el surrealismo para ser profundizado y perfeccionado por quienes profesan fe y militancia en sus filas. Este trabajo también quiere ser parte de eso.

Esta Filosofía de la Comunicación, como toda producción, deberá alejarse de cualquier vulgarización en que incurra consciente e inconscientemente. Por ignorancia, omisión, limitación o desarrollo escaso. Y no podrá hacerlo sola, requerirá la colaboración del tiempo, el estudio, el esmero en la investigación y la autocrítica y especialmente de la colaboración de sus lectores. No hay muchos más modos de perfeccionar un trabajo.

Esta Filosofía de la Comunicación significa producción de pensamiento crítico como respuesta a las necesidades de conocimiento teórico-práctico para la transformación de la realidad. No cualquier pensamiento sino un pensamiento capaz de hacer conciencia sobre las necesidades y fuerzas individuales y sociales. No cualquier conocimiento sino conocimiento sobre la historia, evolución y cualidades de la humanidad, siempre en el marco de su desarrollo económico, conflictos de clase y luchas de emancipación. No cualquier transformación de la realidad sino esa que tiene por causa y fin la libertad, la justicia y la disolución de la esclavitud, la disolución de la propiedad privada y la resolución de la dicotomía Capital-Trabajo. En suma, filosofar como lo propuso Marx en su Tesis XI.

Cuando se quiere hacer pasar por “logro humano” la baratija *mass media* de la “comunicación” espacio mercantil con toda su pedagogía de la desigualdad para un cinismo consuetudinario urge una ciencia filosófica de la comunicación que debe desenmascarar, metodológicamente, el fardo de alienación presentado como “logro máximo de la cultura” que vende como conquista social la audacia e impunidad individual de negociantes que perfeccionan sus máquinas de guerra para la dominación ideológica. No somos estúpidos.

Este filosofar, toma aquí, por objeto de estudio y estrategia la comunicación, su evolución cuantitativa y cualitativa. No los medios para la comunicación (sin excluirlos), sino la comunicación como cualidad y proceso creado y creador del trabajo dialécticamente.

comunicación, cualidad del trabajo en el tejido de las relaciones sociales. Comunicación, intercambio de información y emociones con modalidades diversas; como enigma de unidad y diversidad determinado históricamente, como estrategia del conocimiento y la creación (creatividad) Como potencia y actualización, azarosa, de la poesía, forma superior de la comunicación.

Filosofar significa aquí, producción de pensamiento crítico para la transformación de la realidad humana. Filosofar sobre la comunicación significa producir pensamiento crítico sobre el origen, ser, lugar, deudas, tergiversaciones, faltantes e influencia de la comunicación en el conjunto de las relaciones sociales, su perfeccionamiento y carácter revolucionario.

Los medios de comunicación han de ser sensibles al aire contradictorio que respiran y, prioritariamente, a ese que está impregnado del espíritu nuevo que *incendia* la épica, la lírica y el drama de la revolución. Ese mismo *espíritu* que construye porque es el esfuerzo de mujeres y hombres normales que alcanzan niveles elevados de conciencia sobre sus fuerzas de lucha organizada, de minuto a minuto infinitamente más rica y electrizante. Los medios de comunicación han de servir para luchar contra la alineación y contra la monotonía y el conformismo que caracteriza al proyecto ideológico burgués que se nos impone. Es necesaria una revolución en la comunicación impregnada con el espíritu de la libertad definitiva. Uno sabe que las revoluciones son estallidos de entusiasmo y que vendrá la hora en que la humanidad, por razones de su propia supervivencia, romperá con todo ese fardo de silencio hasta encontrar su verdadera voz. La revolución pondrá los medios de comunicación al alcance de las masas.

Filosofar sobre la comunicación, saberla, exige estar enamorado de ella. Amor al saber sistemático, científico, comprometido. Y hay que declararlo a los cuatro vientos para que se nos muestre como es: seductora y magnífica. Ni privada, ni mediatizada, ni alienada. estudiar la comunicación, amarla, no implica, aunque convenga, estudiar los medios que son su prótesis, sus extensiones. Estudiar la comunicación es estudiar una práctica humana en cuanto esta tiene de más portentoso, desafiante y promisorio: su talento productor de conoci-

miento, expresión y creación en pleno intercambio social. Reto, sin duda, para el espíritu, reto para nuestra fe en la humanidad, para nuestra conciencia y proyecto de reconciliación con lo que la humanidad tiene de mejor en estado de mejorarse: la libertad y la vida misma. ¿Tendremos algo mejor que hacer?

---

## NOTAS

1. Se asume en esta obra el concepto de *trabajo* en la línea de Federico Engels y su “Papel del trabajo en la transformación del mono en hombre” que se puede leer o copiar gratuitamente en <http://www.marxists.org/espanol/m-e/1870s/1876trab.htm>.

2. 27-1-2006.— El director general de la Oficina Internacional del Trabajo (OIT) alerta sobre ‘una crisis de empleo sin precedentes’. El mundo enfrenta “una crisis global de empleo de enormes proporciones”, dijo hoy el director general de la Oficina Internacional del Trabajo (OIT) en una declaración emitida en el marco del Foro Económico Mundial (FEM) que se lleva a cabo en Davos, Suiza. “La crisis no va a pasar desapercibida ni en las calles de los países ricos ni en las de los pobres”, dijo Juan Somavia. “Los líderes políticos escuchan cada vez con mayor intensidad la voz de personas que piden acceso justo al trabajo decente y nuevas oportunidades para encontrar y mantener un empleo. Pero con demasiada frecuencia estas oportunidades no existen”. La mitad de todos los trabajadores del mundo —cerca de 1,4 mil millones de trabajadores pobres— viven actualmente con menos de 2 dólares al día por persona. Trabajan en el vasto sector informal —desde explotaciones agrícolas a la pesca, desde la agricultura a las calles de las ciudades— sin prestaciones, seguridad social o asistencia social. El desempleo, en términos de personas actualmente sin trabajo, está en sus máximos niveles y continúa creciendo. En los últimos diez años, el desempleo oficial creció más de 25 por ciento y afecta hoy a cerca de 192 millones de personas en el mundo, o el 6 por ciento de toda la fuerza laboral. De estos desempleados, la OIT calcula que 86 millones, o cerca la mitad del total, son jóvenes entre 15 y 24 años. A pesar del fuerte crecimiento económico de 4,3 por ciento en 2005, la economía mundial no está dando respuestas adecuadas a la creación de nuevos empleos para los que entran en el mercado del trabajo. Sería necesario crear cerca de 40 millones de trabajos cada año en la próxima década sólo para satisfacer la demanda del número creciente de trabajadores que buscan empleo”. <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=26036>

3. “¿Dónde encontrar, pues, el cambio radical, el punto en el que una verdadera filosofía de la Praxis se separa de, y rompe con, toda la filosofía anterior? La Tesis XI, tantas veces citada y muchas otras mal asimilada, lo fija claramente al distinguir entre las filosofías que, hasta ahora, se han limitado a interpretar el mundo y la filosofía que se ve a sí misma en una relación de transformación con él. Es ésta una filosofía que ve el mundo (insistimos: como teoría siempre es un ver) no sólo como objeto a contemplar o incluso como objeto en transformación (lo cual no cambiaría la relación contemplativa con el objeto), sino como objeto en cuya transformación se inserta —como un momento necesario— la filosofía misma.” Adolfo Sánchez Vázquez, *Filosofía de la Praxis*, S. XXI Editores, 2003.

4. En ética, Sánchez Vázquez se opone, asimismo, al normativismo, incluyendo el de algunos marxistas. La ética es una teoría o ciencia del comportamiento moral de los hombres en sociedad. Los juicios morales forman parte del hecho moral. La teoría de la moral no debe confundirse con ningún código de normas o con la moral en cuanto que cae bajo la esfera práctica de lo ideológico, pero ello no equivale a mantener que haya que adherirse a un imposible neutralismo ideológico. La ética es un tratamiento científico de un hecho real, práctico en el que están incluidos elementos ideológicos. Aunque no hay moral científica, hay un conocimiento científico de la moral. “Por moral entendemos un conjunto de normas y reglas de acción destinadas a regular las relaciones de los individuos en una *comunidad* social dada, el significado, *función* y validez de ellas no pueden dejar de variar históricamente en las diferentes *sociedades* [2].

<http://www.afm.org.mx/textos/biografias/sanchezvazquez.html>

5. “Un antecedente obligado en el estudio de la comunicación ha sido por mucho tiempo la llamada teoría de la información, formulada a finales de los 40 por el ingeniero Claude E. Shannon...La teoría tiene una expresión gráfica de notable sencillez: Mensaje -señal señal-mensaje. Fuente-Transmisor-Canal-Receptor-Destino. Fuente de Ruido. En la actualidad, prácticamente no se encuentra un texto especializado de orientación social en que no se aborde críticamente el examen de esta teoría. Yves Winkin resume la posición de los autores de la universidad invisible, que incluye a pensadores tan prestigiosos como Gregory Bateson, Ray Birdwhistell, Edward Hall, Erving Goffman, Don Jackson y Paul Watzlawick, mostrando su clara coincidencia de abandonar este modelo... la fuerza de este modelo está en haber proporcionado una terminología pegajosa de fácil aplicación, y un marco conceptual simple que inadvertidamente se instala en el discurso de divulgadores y pedagogos cuando eligen la comunicación como centro de sus preocupaciones. Al final, se trata de una herencia que más que ayudar-

nos a reconocer y comprender la profundidad de la comunicación como fenómeno psicológico y social, nos ha mantenido alejados de ella.” Ricardo López Pérez.

<http://www.comminit.com/la/teoriasdecambio/lacth/lasld-236.html>

**6. Filosofía.** En la primera acepción del *Diccionario de la Lengua Española* se define limitadamente: (Del lat. *philosophia* y este del gr.). *1. f. Conjunto de saberes que busca establecer, de manera racional, los principios más generales que organizan y orientan el conocimiento de la realidad, así como el sentido del obrar humano.* <http://www.rae.es/>

**7.** La palabra “filosofía” proviene de las raíces griegas: *philos* (amor) *sofos* (sabiduría). Colegimos que filosofía significa “Amor a la Sabiduría”: <http://etimologias.dechile.net/?filosofia>.

**8.** “*Algunos filósofos están preparados para hacer frente a grandes novedades de la cultura, y otros no. Los primeros intentan mantenerse al día con algunas disciplinas, mientras que los segundos prefieren refugiarse en el pasado. Siempre ha ocurrido así, y es presumible que así seguirá ocurriendo. Lo que importa es la calidad de los innovadores y las oportunidades que tengan para investigar libremente. En la Revolución Científica (y Filosófica) del siglo XVII participaron solamente unas 200 personas, entre ellas Galileo, Descartes, Kepler, Harvey, Gilbert, Boyle, y sus discípulos. Los filósofos puros que vinieron después, en particular Berkeley, Hume y Kant, fueron contrarrevolucionarios, puesto que volvieron a poner al sujeto cognoscente en el centro. Es triste constatar que, salvo excepciones (como Aristóteles y Descartes), los filósofos han ido contra el progreso*”.

**9. La declaración de los científicos:** Restaurar la integridad de la ciencia A principios del año pasado, 62 científicos de Estados Unidos, alarmados por la naturaleza, amplitud y alcance de los ataques a la ciencia, circularon y publicaron la declaración conjunta *RESTAURAR LA INTEGRIDAD DE LA CIENCIA AL PROCESO POLÍTICO* . Condenaron aspectos claves de los ataques a las ciencias y pidieron parar inmediatamente “ *la distorsión del conocimiento científico por fines políticos partidarios* ”. Hasta la fecha, unas 6,000 personas de todos los campos científicos han firmado la declaración: 48 premios Nobel, 62 ganadores de la Medalla de Ciencias, 135 miembros de la Academia Nacional de Ciencias e incluso asesores científicos de varios ex-presidentes republicanos. Para apoyar la declaración, la Unión de Científicos Preocupados (UCS, siglas en inglés) publicó un informe detallado. La UCS se dio cuenta de la naturaleza sistemática y extensa de los ataques en todas las esferas de política oficial cuando contrató a un experimentado periodista para examinar y verificar unas acusaciones. El informe saca a la luz muchísimos casos

de “*enorme indiferencia al estudio científico... censura y distorsión del análisis científico y manipulación del proceso científico... [y] distorsión del conocimiento científico*”. También, ofrece “*nuevas pruebas del uso de criterios políticos para seleccionar a miembros de grupos de asesoría científica*”. Los científicos se han visto obligados a aceptar los intereses de las corporaciones y un proyecto cristiano fundamentalista, como se vio en Kansas, la naturaleza misma de la ciencia está en tela de juicio: ¿aceptaremos “explicaciones naturales” o narrativa bíblica? ¿El método científico de basarnos en la realidad o basarnos en preceptos metafísicos y dogmas religiosos? El debate evoca los tiempos de Galileo, cuando a los científicos los torturaron y los asesinaron por llegar a verdades opuestas a la doctrina de la iglesia... *Muchas veces, cuando los resultados han entrado en conflicto con metas políticas, la administración ha manipulado el proceso de llegar a conclusiones científicas. Hace esto colocando en puestos oficiales o en comités científicos de asesoría a personas sin calificaciones profesionales o que tienen un conflicto de intereses evidentes; disolviendo los comités de asesoría existentes; haciendo censura y suprimiendo los informes de científicos del gobierno mismo; o simplemente negándose a buscar asesoría científica independiente. Otras administraciones han llevado a cabo este tipo de prácticas en alguna ocasión, pero no de una forma tan sistemática ni tan amplia. Lo que es más, al abogar por políticas que no son sólidas científicamente, a veces la administración ha tergiversado el conocimiento científico y ha engañado a la opinión pública sobre las implicaciones de sus políticas. En varias esferas de política, la administración ha minado la calidad y la independencia del sistema de asesoría científica y la moral del excelente personal científico que tiene a su disposición.* <http://www.ucsusa.org/>

**10.** Crisis de la cosmología. Harry Nielsen, : (10-Enero-2006 )

[http://www.elmilitante.org/index.asp?id=muestra&id\\_art=2441](http://www.elmilitante.org/index.asp?id=muestra&id_art=2441)

**11.** *La Jornada*: jueves 31 de marzo de 2005, Carolina Gómez Mena: Desde la década de los 90 ha crecido la fuga de cerebros, revelan estudio de la OIT Científicos y universitarios de países pobres emigran al primer mundo. Esta movilidad frena el avance tecnológico de estos estados y crea “círculos viciosos” releva que 47% de los extranjeros que logran un doctorado en EE.UU se queda allá. Datos de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) indican que la cantidad de científicos e ingenieros que han abandonado sus países de origen hacia naciones industrializadas en busca de mejores opciones de trabajo, de ascenso y de remuneración, equivale a cerca de un tercio del número de los que se quedan en sus países de origen, lo cual provoca una merma importante del capital humano para estos rubros, el cual es “indispensable para la productividad y el crecimiento económico” de las naciones pobres. En su estudio *En busca*

*de un compromiso equitativo para los trabajadores migrantes en la economía globalizada*, la OIT plantea que por lo menos hay “400 mil científicos e ingenieros de naciones en desarrollo” que trabajan en actividades de investigación y desarrollo en las naciones del primer mundo, y 1.2 millones siguen laborando en su país. En el apartado: “Emigración de personas calificadas: fuga de cerebros”, este organismo internacional expone que desde principios de la década de los 90 la movilidad de trabajadores muy calificados está aumentando de manera constante, ante la creciente demanda mundial de especialistas, del avance de la globalización y del espectacular desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación. Advierte que la fuga de cerebros no sólo puede frenar el avance tecnológico de un país en ciertas circunstancias y dependiendo de la magnitud, sino que también puede “engendrar círculos viciosos”, por ejemplo, en la atención de aspectos tan importantes como la salud, y cita que la emigración de médicos y enfermeras africanos está “menoscabando el nivel de la atención de salud” en ese continente, justo en el momento en que es más acuciante la necesidad de disponer de esa atención en razón del avance del VIH/SIDA. Subraya que en Ghana y en Jamaica los médicos formados en el propio país que trabajan en el exterior “son más numerosos que los que siguen ejerciendo en su país”. En el análisis también se sostiene que la migración de estudiantes es un fenómeno precursor de la fuga de cerebros, y alude que según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), a principios del actual milenio, poco más de “1.5 millones de estudiantes extranjeros cursaban estudios superiores en los estados miembros, y que de ellos más de la mitad eran procedentes de países ajenos a la OCDE, de este total casi medio millón estaba en Estados Unidos, un cuarto de millón en el Reino Unido y en Alemania alrededor de 200 mil”. Tras acotar que una proporción importante de los estudiantes acaba siendo inmigrante permanente, alude que aproximadamente “47 por ciento de las personas nacidas en el extranjero que completan un doctorado en Estados Unidos se quedan en este país”. Aspectos positivos, pero la OIT destaca que cuando el éxodo tiene retorno se “desencadenan diversas fuerzas que pueden promover el crecimiento económico por un efecto de retroacción, pues los migrantes al regresar traen sus calificaciones y su experiencia laboral del extranjero impulsando con ello el aumento de la productividad”. De igual forma, refiere que “por sí sola la perspectiva de conseguir ingresos más altos gracias a la migración puede incitar a invertir más de lo previsto en educación, tanto pública como privada”, pero ello realmente depende de las condiciones de cada país. Al citar que también las naciones desarrolladas “promueven la inmigración de profesionales mediante mecanismos de contratación y sistemas de selección que facilitan su entrada”, y que esos sistemas de selección consiguen “atraer a los más brillantes y competentes de los países en desarrollo”, la OIT señala que en el decenio pasado las personas que habían inmigrado a Estados Unidos procedentes de países en desarrollo tenían en promedio un nivel de educación

“dos veces superior al de sus compatriotas que seguían viviendo en su país”, un ejemplo de ello lo fueron los jamaicanos, ya que a principios de esta década había “3.7 veces más jamaicanos de nivel universitario en Estados Unidos que en su propio país”.

<http://www.jornada.unam.mx/2005/mar05/050331/a02n1cie.php>

**12.** La jornada de Huelga General que se ha llevado a cabo el 8 de noviembre en los institutos de todo el Estado ha sido un rotundo éxito. A pesar de la actitud boicoteadora de Juntas Directivas reaccionarias de decenas de institutos y del escandaloso silencio mediático en el que varios medios de comunicación han sumergido a la Huelga, el 98% de los estudiantes hemos secundado la Huelga General en los institutos públicos. Se han celebrado más de 40 manifestaciones en todo el Estado. Las más importantes se han dado en Barcelona, con 15.000 estudiantes; en Madrid, con más de 12.000 estudiantes; en Sevilla, con 2.500; en Valencia y en Cádiz, con 2.000; en Tarragona, con 1.200 estudiantes; en Salamanca, con 1.000 estudiantes. Además se han sucedido decenas de manifestaciones y concentraciones en ciudades de todo el Estado con cientos de estudiantes: Málaga, Iruña, Palma de Mallorca, Gijón... y así hasta más de 40 ciudades y pueblos. *Madrid, 8 de noviembre de 2005*

[http://militante.org.mx/index.php?option=com\\_content&task=view&id=275&Itemid=145](http://militante.org.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=275&Itemid=145)

**13.** “Los estudiantes hemos luchado ante cada ataque que la burguesía pretende imponer en la educación, lo demostraron las luchas de 1968, de la década de los ochentas, y más reciente mente la huelga de la UNAM 1999 - 2000; los estudiantes no somos una clase social, el movimiento estudiantil lucha por la defensa de la educación pública, gratuita, científica y de calidad y a su vez debe de servir para fortalecer e impulsar el movimiento de los trabajadores, pues estos son los que son los destinados a transformar la sociedad. Por la construcción de una organización estudiantil a nivel nacional, que sea estable, democrática, combativa y con carácter de clase, que un porcentaje de dinero que se destina al pago de la deuda externa y al IPAB (Fobaproa) sea invertido en la educación. 10% del Producto Interno Bruto a la Educación. Participación directa de los estudiantes, padres de familia, profesores y trabajadores en la toma de decisiones al interior de las escuelas y Universidades. Eliminación de los exámenes de selección en todos los niveles escolares. No a las cuotas y por el aumento de matrícula. Un puesto digno al terminar los estudios. Nacionalización de la banca, la Tierra, y las grandes compañías sin indemnización y puestas bajo control obrero, como única posibilidad de llevar acabo una campaña de creación de nuevos puestos escolares, escuelas infantiles, de educación básica, media y superior para satisfacer las necesidades básicas. *¿En este 2006 no basta con votar, es*

necesario organizarnos y luchar!;Este 2006 ni un voto al PRI, ni un voto al PAN por un programa socialista!

[http://militante.org.mx/index.php?option=com\\_content&task=view&id=29&Itemid=37](http://militante.org.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=29&Itemid=37)

14. Son las palabras de Jesucristo en la cruz poco antes de morir. Se suele traducir por “*Todo se ha cumplido*”. [http://inicia.es/de/aforismos/aforismos\\_2\\_religion.htm](http://inicia.es/de/aforismos/aforismos_2_religion.htm)

15. “Mario Bunge: la filosofía no ha muerto, pero está gravemente enferma” Revista electrónica Tendencias.

[http://www.tendencias21.net/Mario-Bunge-la-filosofia-no-ha-muerto,-pero-esta-gravemente-enferma\\_a150.html](http://www.tendencias21.net/Mario-Bunge-la-filosofia-no-ha-muerto,-pero-esta-gravemente-enferma_a150.html)

16. *Los filósofos burgueses modernos se imaginan que han liquidado la vieja filosofía (o metafísica, como suelen llamarla desdeñosamente), pero su victoria imaginaria es como la de aquel sastrecillo valiente de los hermanos Grimm, quien mató a siete de un golpe. Las siete víctimas del sastrecillo fueron de hecho, moscas, no hombres. Nuestros filósofos modernos son, para usar una expresión alemana, simples flohknackers. (“Aplasta pulgas”, hasta donde sé, parece que es un término acuñado por Lenin, refiriéndose a un papanatas profesor universitario en **Materialismo y empirocriticismo**. N. del T.) Actualmente, se han reducido a atrincherarse en la retaguardia, peleando con una táctica desesperada, la cual consiste en la disolución total de la filosofía, reduciéndola enteramente a la semántica (estudio del significado de las palabras). Mientras las reglas formales fueran obedecidas, el contenido podría ser tan absurdo como se quisiese. El hecho de que a todo este jaleo, este fraude y todo este juego de palabras pueda dársele el nombre de filosofía es, a todas luces, una prueba de qué tanto ha decaído el pensamiento burgués moderno. Para el intelectual burgués, la única realidad sólo consiste en las palabras. Para él, realmente sucede que “en el principio fue la Palabra y la Palabra fue con Dios y la Palabra era Dios”. Allan Woods: Prólogo a la edición mexicana de *Razón y Revolución*. [http://argentina.elmilitante.org/index.asp?id=muestra&id\\_art=1454](http://argentina.elmilitante.org/index.asp?id=muestra&id_art=1454)*

17. *“Pero para liquidar una filosofía no basta, pura y simplemente, con proclamar que es falsa. Y una obra tan gigantesca como era la filosofía hegeliana, que había ejercido una influencia tan enorme sobre el desarrollo espiritual de la nación, no se eliminaba por el solo hecho de hacer caso omiso de ella. Había que «suprimirla» en el sentido que ella misma emplea, es decir, destruir críticamente su forma, pero salvando el nuevo contenido logrado por ella”. F. Engels.*

18. Prólogo a la edición mexicana de *Razón y Revolución*.

[http://argentina.elmilitante.org/index.asp?id=muestra&id\\_art=1454](http://argentina.elmilitante.org/index.asp?id=muestra&id_art=1454)

19. Universidad Nacional del Litoral: **Alternativa al monopolio**. Los científicos que impulsan la organización de la Public Library of Science sostienen que se trata, fundamentalmente, de un repositorio público que pretende evitar cualquier tipo de monopolio sobre la información científica —ya sea de una revista, de un cartel de revistas, de una asociación científica o gubernamental— y que, en consecuencia, intenta garantizar que no se incurra en censura o abuso de poder. Luego de aclarar que no se espera que las propias revistas financien el costo de la digitalización de su material impreso, el artículo termina sosteniendo que en 10 años, la habilidad de hacer ciencia habrá sido enormemente enriquecida, y todos nos maravillaremos al pensar cómo fue posible hacer ciencia sin tales archivos, ya que la posibilidad de disponer de toda la literatura científica en un formato común estimula el desarrollo de alternativas más sofisticadas de empleo de la información. Finalmente, y como desarrollo operativo para consolidar la alternativa ante el poder editorial vigente, los científicos rebeldes —entre los que se incluyen muchos premios Nóbel— invitan a que, a partir de setiembre de 2001, los científicos envíen sus artículos y compren suscripciones únicamente a aquellas publicaciones que hayan garantizado la liberación irrestricta de los derechos de todos los reportes de resultados científicos originales, publicados dentro de los seis meses de la fecha de su publicación. Puede parecer una puja o discusión meramente comunicacional, centrada sobre la tenencia y administración informativa, pero en el fondo constituye un debate sobre el poder y su proyección en un mundo signado por el conocimiento, pero también, paradójicamente, jalonado por la injusticia, la pobreza, el hambre y la exclusión. <http://www.unl.edu.ar/artcyt/280401.htm>

20. Científicos contra el ataque bushista a la ciencia. El gobierno de Bush está en una ofensiva contra la ciencia y no es una exageración decir que la Tierra corre peligro. Miremos el calentamiento global: el impacto de esto puede ser catastrófico para el planeta, con inundaciones de costas y una drástica escasez de agua potable para miles de millones de personas. Sin embargo, el gobierno de Bush suprime y distorsiona la evidencia científica sobre su naturaleza y sus causas porque no ve más allá de las ganancias a corto plazo de la industria energética. El gobierno de Bush está redefiniendo especies de peces, fauna y flora para afirmar que las especies en peligro de extinción han mejorado y que no hay que protegerlas. Los científicos del ambiente y biólogos gubernamentales que publican o apoyan investigaciones que protegen la ecología, contra los intereses corporativos, sufren represalias. Por otra parte, la moral tradicional y el proyecto de “fe” fascista-cristiano fomentados por Bush están delimitando el alcance de

la investigación científica. Por ejemplo, la investigación de células tronco ofrece la posibilidad de curar enfermedades degenerativas y mortales como Alzheimer y Parkinson. Sin embargo, Bush eliminó los fondos destinados a dicha investigación por la doctrina cristiana fundamentalista de que un embrión, la fuente de células tronco, es una vida humana completa. En cuanto al SIDA y el VIH, bloquean los estudios de prevención que mencionan palabras como “relaciones sexuales anales”, lo que podría llevar a un genocidio debido a la propagación epidémica del SIDA y VIH en África y otras partes del mundo. En varias ocasiones, los bushistas han impuesto ideas fundamentalistas cristianas en las páginas web de organismos oficiales de salud, ante oposición científica. Por ejemplo, en la página web del Instituto Nacional de Cáncer se publicó que el aborto puede causar cáncer del seno, lo que no es cierto. La afirmación suscitó grandes protestas de parte de científicos y del público y, a la larga, el Instituto se vio obligado a quitarla. La administración de Bush excluye de importantes grupos oficiales de asesoría científica a investigadores que no están de acuerdo con sus políticas. La afiliación política está reemplazando la trayectoria científica como criterio para obtener un puesto oficial en las ciencias. Los fundamentalistas cristianos están infiltrando cada vez más los equipos científicos que supervisan asuntos de salud reproductiva, donde fomentan el proyecto teocrático a expensas de la salud de la mujer. La industria tiene representantes en los equipos científicos que asesoran al gobierno sobre temas como el nivel de plomo aceptable en las pinturas comerciales y el impacto ambiental de la minería de tajo abierto.

<http://rwor.org/a/005/cientificos-contra-ataque-bushista-s.htm>

**21. Barcelona.**- Un total de 2.050 científicos han firmado un manifiesto contra la militarización de la investigación científica española y que solicita al Gobierno que los recursos destinados a investigación y desarrollo militar se transfieran a programas de I+D con finalidades sociales y civiles. El manifiesto, impulsada por la Fundación por la Paz, la Federación Española de Ingenieros sin Fronteras y más de 40 ONG y diversos colectivos de todo el país, reclama al gobierno un cambio de orientación y que se dé prioridad a la investigación civil, según ha anunciado la campaña “Por la Paz: Basta de investigación militar”, que se encarga de la recogida de firmas. Las mismas fuentes han destacado que el número de científicos objetores a la investigación militar se ha duplicado en un año, “lo que pone de manifiesto el gran malestar existente entre la comunidad científica por la situación en la que se encuentra la investigación en España”. Los firmantes, que trabajan en 43 universidades, 38 de ellas españolas, en 18 centros e institutos de investigación y en tres departamentos de I+D de empresas privadas, se han comprometido además a no participar en ninguna investigación de carácter armamentística o militar. España, el que más invierte tras EE UU (según la OCDE) España es el segundo Estado desarrollado que

más invierte en I+D militar, sólo superado por EEUU, y, además, desde 1995, la investigación con fines militares se ha incrementado en un 475%. También asegura que en el año 2004 el gobierno dedicará el 32% del presupuesto público para I+D a programas militares, y esta inversión supone tres veces más que el gasto dedicado a programas de financiación de I+D para universitarios y centros públicos de investigación. Entre los 1.047 nuevos científicos que están en contra de la investigación militar figuran Santiago Dexeus, director del Institut Dexeus y de la cátedra de Investigación en Obstetricia y Ginecología de la UAB; Eudald Carbonell, catedrático de Prehistoria de la URL y director del programa de Atapuerca; y Angel Pellicer, catedrático del Departamento de Patología y del New York University Cancer Institute. También se han sumado Manuel Guzmán, profesor de la facultad de Biología de la Universidad Complutense de Madrid; Pedro Arrojo, doctor en Ciencias Físicas por la Universidad de Zaragoza y director de la Fundación Nueva Cultura del Agua. Entre el primer grupo de firmantes que el año pasado se posicionaron en contra de la investigación militar destacaron Carles Solá, catedrático de Ingeniería Química; Josep Egozcue, catedrático de Biología Celular, Xavier Rubert de Ventós, catedrático de Estética; y Jordi Camí, catedrático de Farmacología. También está en contra de la investigación militar Federico Mayor Zaragoza, bioquímico y ex director general de la Unesco, que fue el primer firmante del manifiesto. <http://www.elmundo.es/elmundo/2004/02/18/ciencia/1077107850.html>

**22. Chau Darwin:** Julio Algañaraz. (Artículo publicado originalmente en el diario “CLARÍN”) Roma.- Aunque parezca increíble, y lo es, el gran científico inglés y su teoría de la evolución de las especies, considerada una de las bases de la ciencia, han sido expulsados de las aulas italianas. Sin aviso ni explicaciones, el Ministerio de la Instrucción Pública quitó la enseñanza del evolucionismo y de la figura e importancia de Charles Darwin del plan de estudios para los alumnos de 13 y 14 años. Los adolescentes recibirán lecciones sobre la historia humana de acuerdo a la única teoría considerada “correcta” por los ultramontanos: la historia bíblica de la Creación. “No lo puedo creer, estamos dando un salto hacia atrás impresionante”, afirma desconsolado el profesor Renato Dulbecco, premio Nóbel de Medicina. Lo mismo dice Rita Levi Montalcini, otro premio Nobel de Medicina italiano, que con científicos de la talla de la astrofísica Margherita Hack, el genetista Bruno Dallapiccola y otros, publicaron una protesta en los medios de comunicación. La decisión de cancelar la teoría de la evolución de Darwin de las escuelas medias es “estúpida y antihistórica”, afirma Dallapiccola. <http://www.clarin.com/diario/2004/04/28/i-02301.htm>

**23. Karl Marx,** el filósofo más admirado. Según una encuesta de la BBC. Semana a semana, Karl Marx estuvo a la cabeza de la encuesta. Melvyn Braga organizó dicha encuesta para su

serie en Radio 4 (BBC) In Our Time (En Nuestro Tiempo) y cada semana expresaba su asombro por el hecho de que Marx se mantuviese muy por delante de todos los demás. La revista The Economist intervino entonces haciendo un llamamiento a sus lectores para que votaran masivamente para sacar a Marx de la cabeza y votaran por David Hume. Pero Marx recibió un 28% de los votos, quedando primero y derrotando a David Hume cómodamente. ( Fred Weston , 20 de Julio del 2005) Se puede leer la nota completa en

[http://argentina.elmilitante.org/index.asp?id=muestra&id\\_art=1211](http://argentina.elmilitante.org/index.asp?id=muestra&id_art=1211)

## II. Diagnóstico provisional no apocalíptico

### a) La realidad no es cosa del otro mundo

Es una obligación de método y una pasión magnética entender y transformar la realidad. Realidad que es objeto de estudio e intervención para todos, realidad que es problema mayor e interrogación extenuante, inagotable y exigente donde podemos acrisolar, con praxis de clase, nuestras herramientas metodológicas y nuestras producciones. La “realidad”, es decir el mundo concreto con sus riquezas concretas, con las fuerzas productivas; está plagada de calamidades, la realidad no es “indefinible”, no es cosa sólo de la “razón”, de la “imaginación” o del “estado de ánimo”. La realidad no es inasible ni extraterrestre. La realidad está aquí y ahora con su historia y futuro lista para que se la transforme en algo mejor, esta vez bajo el acuerdo de todos.

No basta con los hechos, es preciso el análisis de los hechos, pero ¿Qué tipo de análisis?, ¿con qué método? Mostrar la realidad no sirve si sólo se la muestra como una galería de “hechos” intocables. Si sólo sirve para abrumar con datos o hechos dolorosos que inmovilizan con tristezas y fatalidades. Mostrar la realidad, ayudados con un programa contra toda alienación, debe ofrecer la posibilidad de entusiasrnos para intervenir, inteligentemente, científicamente y bien organizados. El trabajo de mostrar la realidad ha de servir para abrir espacios por donde la conciencia pegue saltos cualitativos y nos movilice. O no servirá de nada. Todos formamos parte de la realidad que es inmensamente rica y contradictoria, las pruebas están en todas partes, su complejidad es asombrosa y es modificable en su totalidad aunque, a veces, nos parezca que vamos al porvenir con los pies descalzos. Falta de empleos, de atención médica, de educación, de vivienda. El hambre, el desempleo, la ignorancia, la inseguridad, la corrupción, la violencia, la discriminación, son hechos esenciales para definir la realidad y son también productos de la realidad donde, de hecho, se lucha realmente en estos mismos momentos. No es una lucha fácil pero más difícil será si se la ignora, si no se documentan sus estragos, si no vemos el rostro, si no vemos claramente cómo se expresa y si no vemos cómo se lucha y se resiste heroicamente en todas partes. He ahí

un lugar para la fuerza del trabajador de la filosofía y la comunicación y la importancia de estar organizados.

Nada está aislado del torbellino de la realidad mundial. En estos momentos es muy importante que estudiemos críticamente todas las manifestaciones del imperialismo. Es hora de poner cuanta herramienta conquistemos al servicio de la emancipación humana con lo mejor que ha logrado la civilización para establecer cuanto espacio de análisis sea necesario para que la conciencia se comporte como ráfaga de aire fresco contra esta atmósfera contaminada por las emanaciones cadavéricas del capitalismo. Que comunicar sirva para pensar y que pensar sirva para comunicarnos en la lucha. No es fácil. Sabemos que los acontecimientos que amenazan a la humanidad no dejan piedra sobre piedra. Es tarea urgente investigar la realidad como trabajo no doctrinario dedicado a ponerla en claro y a enfrentarla.

El estado actual de la comunicación y la invención de medios para el intercambio, en el marco de todas las desigualdades habidas y por haber, expresa la paradoja brutal de un despliegue financiero inédito dedicado a depauperar los discursos. Paradoja que pone en evidencia el poderío de un armamento para la gran guerra ideológica incluso contra la clase trabajadora. Despliegue ostentoso que manejado por ejércitos de periodistas, payasos, faranduleros y publicistas hacen pasar por “industria del espectáculo”, del “entretenimiento”, la táctica y estrategia del capitalismo que hizo de los *mass media* y de la “comunicación” el púlpito desde donde se adoctrina al *enemigo* para que se rinda, de cuerpo y conciencia, haciendo rentable su rendición.

### **b) 13 problemas fundamentales para la producción de imágenes e imaginarios** (*Problemáticas de la imagen y los imaginarios desde el 11 de septiembre de 2001*)

1. Es necesario un mapa general sobre las tendencias dominantes y las tendencias emergentes para la producción de imágenes e imaginarios producidos desde el 11 de septiembre de 2001. Es necesario un mapa actualizado con las nuevas problemáticas globales, sus fortalezas y debilidades. Es necesaria una estrategia

internacional de investigación y aplicación sobre la producción de imágenes e imaginarios que evidencie el impacto mundial del ataque a las torres gemelas.

2. Terrorismos, belicismos y cataclismos: Impacto sobre las imágenes y los imaginarios.

3. Paradigmas nuevos de la realidad y sus “lecturas”. Mezclas y variedades entre ingenuidades e intencionalidades. Imágenes del mundo. Un mundo nuevo: Afganistán, Irak, ¿dónde están?

4. Medios y modos para la producción de imágenes e imaginarios, su reacomodo y su ingerencia. Empirismos y Racionalismos. Monopolio y Estado.

5. Bush, Blair y Cía. Nuevos propietarios del mundo.

6. Inclusión y exclusión en la producción de imágenes hoy. globalización imperial y Derechos Humanos. Guantánamo, los presos irakíes.

7. Nuevas convenciones sobre “Seguridad internacional”. Imágenes de la Seguridad V.s Imágenes de la Inseguridad.

8. Crisis mundial, sus imágenes recurrentes. Economía, desempleo, hambruna.

9. Religiones y fundamentalismos. Imágenes e imaginarios.

10. Imágenes e imaginarios de una revolución sexual.

11. Resistencias, rebeldías y revoluciones, imágenes e imaginarios en una época de guerras y revoluciones: “globalifóbias”, denuncias, etc.

12. Salto de la cantidad a la calidad en producción de imágenes e imaginarios. Algunos resultados: Documentalismo, por ejemplo.

13. Papel de la tecnología para producir imágenes e imaginarios hoy. Contribuciones del arte. Poesía, pintura, escultura, cine.

### **c) Cifras para no deprimirse**

De los 6.000 millones de habitantes del planeta, apenas 500 millones viven confortablemente, mientras 5.500 millones siguen en la penuria. 18 millones de desempleados en la Unión Europea, 1.000 millones de desempleados y sub-empleados en el mundo; sobre-explo-

tación de los hombres, las mujeres y —más escandaloso todavía— los niños: 300 millones de estos se encuentran sometidos a condiciones de gran violencia, de inadmisibles brutalidades. Esto va acompañado de una criminalidad financiera vinculada a los centros de negocio y a los grandes bancos que reciclan sumas por encima de los 1.000 millones de euros al año, es decir, más que el Producto Nacional Bruto (PNB) de un tercio de la humanidad.

Mientras que la producción planetaria de los productos alimentarios básicos representa más del 110% de las necesidades mundiales, 30 millones de personas siguen muriendo de hambre cada año, y más de 800 millones se encuentran infra-alimentados. En 1960, el 20 % de los más ricos de la población mundial alcanzaban unos ingresos treinta veces mayor que el de los 20% más pobres. En la actualidad, los ingresos de los ricos en relación a los de los pobres ya no es de treinta, sino de ochenta y dos veces mayor. De los 6.000 millones de habitantes del planeta, apenas 500 millones viven confortablemente, mientras 5.500 millones siguen en la penuria. Las doscientas veinticinco fortunas más grandes del mundo representan un total de más de 1.000 millones de euros, o sea, el equivalente a la renta anual del 47% de las personas más pobres de la población mundial (2.500 millones de personas). El patrimonio de las quince fortunas más ricas del planeta sobrepasa el Producto Interno Bruto PIB total del conjunto de países de África subsahariana.

Desde principios del siglo XX, el número de estados en el mundo no ha cesado de aumentar, pasando de una cuarentena a cerca de doscientos en la actualidad. Pero en el plano geopolítico, el mundo sigue dominado por el grupo pequeño de estados (Reino Unido, Francia, Alemania, Japón, Estados Unidos, Rusia) que ya lo dirigía a finales del siglo XIX. Entre la decena de países nacidos del desmantelamiento de los grandes imperios coloniales británico, francés, español, neerlandés, portugués o belga, apenas tres (Corea del Sur, Singapur y Taiwán) han alcanzado niveles de progreso que les permiten ser considerados “países desarrollados”. Los demás permanecen anclados en un sub-desarrollo crónico y en una pobreza endémica. La cifra de negocio de General Motors sobrepasa el PIB de Austria. Cada una de

las cien empresas globales vende más que lo que exporta cada uno de los ciento veinte países más pobres. Estas empresas gigantescas y globales controlan el 70% del comercio mundial.<sup>1</sup>

El Instituto Internacional de Estudios Estratégicos (IISS), centro independiente con sede en Londres, acaba de publicar un dossier titulado *La balanza militar 1997-1998*, en el que analiza la situación de 170 países. Las conclusiones son parecidas a las del SIPRI: un aumento de la venta de armas por segundo año consecutivo después de siete de declive. El crecimiento, según el IISS es de un 8% en términos reales; en 1996, el facturado global de esta industria fue de 39,9 mil millones de dólares. El año anterior esta cifra había sido de 36,9. Este instituto contempla también el gasto en armas ligeras que actualmente corresponde al 60% del facturado global registrado durante la Guerra Fría.<sup>2</sup>

Hay que calibrar lo que significa que, desde 1949 a 1989, el presupuesto total de las fuerzas armadas norteamericanas gastado por el Pentágono haya sumado la cantidad de ocho billones trescientos mil millones de dólares (8.300.000.000.000 \$). Hay que intentar hacerse una idea de lo que significa, convertida en cosas tangibles, esa masa de dinero. Para hacerse esa idea es útil saber que esa masa de dinero (que está calculada en dólares de 1982) es claramente superior al valor de la totalidad de las plantas y de los equipos de la industria civil y de la infraestructura de los Estados Unidos que, en 1982, sumaba siete billones trescientos mil millones de dólares.<sup>3</sup>

El presidente estadounidense, George W. Bush, prometió este martes en su primer discurso oficial sobre el Estado de la Unión que Estados Unidos continuaría desarrollando el sistema nacional de defensa antimisiles y aumentaría, significativamente, el gasto militar. *Desarrollaremos y desplegaremos efectivas defensas antimisiles con el fin de proteger a Estados Unidos y nuestros aliados de un ataque sorpresa. Y todas las naciones deben saber que haremos lo que sea necesario para garantizar nuestra seguridad nacional.* Bush añadió que procurará el mayor aumento en los gastos militares en dos décadas cuando presente el presupuesto para el año fiscal del 2003 ante el Congreso el próximo 4 de febrero. *Costará mucho mantener esta*

*lucha. Hemos gastado más de mil millones de dólares en un mes, más de 30 millones de dólares cada día, y debemos prepararnos para las futuras operaciones,* propondrá un aumento del gasto militar de 48 mil millones de dólares para el año fiscal del 2003, el aumento más alto en más de veinte años. Funcionarios comentaron que una vez aprobado, el presupuesto militar total llegará a 379 mil millones de dólares.

Desde el 11 de septiembre el presidente de EE UU ha conseguido que el Congreso y el Senado liberasen 60.000 millones de dólares para los gastos de la guerra mientras se reducían 100.000 millones en recortes tributarios para contener la recesión económica. Con lo que se está empleando hubiera bastado para erradicar el hambre, la ignorancia, la enfermedad endémica, evitar la explosión demográfica y mantener vivo a un planeta maltratado y enfermo. Baste consultar el Informe del PNUD de 1998 que cifraba en 40.000 millones de dólares al año, durante diez años, para reparar esas lacras que están en la raíz de tanto malestar y de tanta locura que nos abisma hacia una nueva noche de la historia.<sup>4</sup>

6,495,660,966: Número de habitantes en el mundo<sup>5</sup>. Hambre: 840 millones castigados por ésta; 25 mil víctimas diarias en las naciones donde la situación es más trágica; un pequeño tiene una expectativa de vida sana de apenas 38 años; uno de cada siete niños nacidos en los países pobres morirá antes de completar su primer lustro de existencia; más de 2 mil millones de personas sufren falta de micro nutrientes, con los infantes y las mujeres como los grupos más vulnerables (ONU y FAO). alrededor de 30 países hacen frente en la actualidad a situaciones de emergencia alimentaria, 67 millones de personas necesitan ayuda urgente. El dato es conservador, según la propia fuente. África presenta el cuadro más crítico —las cifras más recientes revelan que aproximadamente 200 millones de personas (el 28 por ciento de la población africana) están crónicamente hambrientas—. Pero, hasta dentro de los propios países industrializados, se contabilizan 11 millones de personas con déficit nutricional. Será preciso reducir cada mes 2 millones de hambrientos de las cifras mundiales, un ritmo insospechado a partir de las estrategias actuales que, necesariamente, deben rebasar el principio de las ayudas internacionales.<sup>6</sup>

¿Quién puede pagar por su educación? 223.000 millones de personas, la mitad de la población mundial vive en la pobreza con ingresos inferiores a dos dólares diarios, afirma la Organización Internacional del Trabajo (OIT). De esa cantidad, 1.000 millones, casi un cuarto de toda la población de los países en desarrollo, sobrevive con un dólar al día (ONU). El desempleo está en su punto más elevado y sigue aumentado a 180 millones de personas en todo el planeta. El planeta tendrá que crear 500 millones de nuevos empleos para reducir el desempleo. (*Desempleo Mundial 2001*, 398 páginas.) Más de 1.000 millones de personas están subempleadas o semiempleadas. La pobreza no se limita a los países en desarrollo. Más del 10 por ciento de la población de las 20 naciones más industrializadas del mundo vive con menos de la mitad del salario promedio en sus países. Dos tercios de los puestos de trabajo serán requeridos en Asia, mientras que sólo 3 por ciento se necesitará en Europa Occidental y Estados Unidos juntos, señala el reporte.<sup>7</sup>

Un estudio prospectivo del Ministerio Americano de Empleo sobre el período 1998-2008, muestra que los puestos de ingeniero y los oficios ligados a las TIC crecerán en porcentaje, pero no en volumen; así, de los 30 empleos para los que este estudio prevé el más importante crecimiento nominal (es decir, en número absoluto de empleos), 16 son del tipo “short term on the job training” (formación de corta duración “en el propio centro de trabajo”). Entre ellos se encuentran puestos de vendedores, de guardas, de auxiliares sanitarios, de personal de mantenimiento, de recepcionistas, de conductores de camión o incluso “reponedores de máquinas expendedoras de bebidas y alimentos” (250.000 nuevos empleos están previstos solamente en este sector). Sobre un total estimado de 20 millones de nuevos empleos en Estados Unidos, desde ahora hasta 2008, 7,6 millones serán de este tipo, contra 4,2 millones de “bachelors” (formación superior de corta duración). La dualización será igualmente perceptible en el campo de los ingresos, así, 35% de los empleos están incluidos en las categorías que hoy pertenecen al cuartil de ingresos superiores (el 25% de los más ricos) pero otro 39 % forma parte del cuartil inferior (el 25% de los más pobres). Sólo un 14% y un 11%, res-

pectivamente, pertenecen a los dos cuartiles intermedios, clase obrera tradicional y clases medias.<sup>8</sup>

Los países ricos gastan más de 2.700 dólares por persona en salud, contra 262 dólares en América Latina y 29 dólares en los países africanos. En los países ricos, los niños que mueren antes de llegar a los cinco años son siete de cada mil, cifra que en los países pobres asciende a 121. La mortalidad de la madre en el parto es de 14 cada cien mil en los países ricos, contra 1.000 en el mundo pobre. El 85% del gasto mundial en educación el año pasado fue en países ricos, sólo en educación primaria, los países ricos invirtieron más de 4.000 dólares por estudiante el último año, contra 400 dólares en América Latina y 38 dólares en el sur de Asia. El reporte del organismo señala que “la caída en el gasto público en salud y educación llega en momentos en que el gasto militar mundial está estimado en 2,3% del ingreso global, es decir, más de 800.000 millones de dólares al año. En términos más humanos, el gasto militar es de unos 137 dólares por persona en el mundo”. (AFP/DPA) El gasto mundial en educación supera los 2 billones. Hace diez años, en Estados Unidos, el informe FAST II sobre el empleo había ya mostrado que, a la cabeza de las profesiones con mayor tasa de crecimiento se encontraban: los limpiadores, auxiliares de clínica, vendedores, cajeros y camareeros. El único empleo de carácter tecnológico, el de mecánico, llegaba en vigésima y última posición.<sup>9</sup>

Las diferencias entre los países más ricos y los demás son considerables y cada vez más pronunciadas. Teniendo en cuenta las fuentes de financiación públicas y privadas, los países de la OCDE en su conjunto invierten casi el 6 por ciento de su Producto Interno Bruto (PIB) colectivo en educación y sólo cinco de los 22 países declarantes invierten menos del 5 por ciento. 7861 millones de adultos en el mundo no saben leer ni escribir, (Unesco). El gasto mundial en publicidad, según las estimaciones más prudentes, asciende ahora a 435 mil millones de dólares. Su crecimiento ha sido particularmente rápido en los países en desarrollo: en la República de Corea casi se triplicó en el período 1986-1996 y en Filipinas aumentó un 39% al año en 1987-1992. En 1986 había sólo tres países en desarrollo entre los

veinte que más gastaban en publicidad. Un decenio más tarde eran nueve. Por relación entre gasto e ingreso, Colombia ocupa el primer lugar con 1.400 millones de dólares, el 2,6% de su PIB (Consumo Global). Existen los adolescentes mundiales —unos 270 millones de 15 a 18 años de edad en 40 países— que habitan un espacio mundial, un mundo único de cultura pop, empapándose de los mismos vídeos y música y constituyendo un mercado enorme para las zapatillas, las camisetas y los pantalones de mezclilla fabricados por diseñadores.<sup>10</sup>

El gasto mundial anual de la educación se estima, hoy, en USS 1,000 mil millones, con un “mercado” de unos un mil millones de estudiantes por todo el mundo. La educación privada está haciendo incursiones importantes en este estratégico campo alrededor del mundo. Por ejemplo, un 40% estimado de gasto de la educación en Chile, Perú, las Filipinas y Tailandia se financia con recursos del sector privado (Unesco). Según cifras de la Unesco, más de 140 millones de niños sobreviven en la miseria y el abandono, al menos 250 millones de niños son explotados en el trabajo —muchos de ellos en puestos peligrosos o expuestos a accidentes graves— y miles de niños participan en los conflictos armados, son víctimas de ellos o padecen sus consecuencias. Además, “muchos otros son sometidos a tráficos y abusos sexuales y son explotados en el tráfico de drogas”, indicó la organización de la ONU para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Según las cifras de la OIT y la Unesco, en todo el mundo hay más de 55 millones de educadores que atienden a más de 1000 millones de estudiantes (cerca del 20% de la población del planeta) durante el período que abarca desde la educación preescolar hasta la superior. (Unesco 2000, v. 53, n. 11) Todavía existen más de 113 millones de niños privados de acceso a la enseñanza primaria y 880 millones de adultos son analfabetos de acuerdo a cifras de la Unesco”.

América Latina y el Caribe, si bien se ha reducido la proporción de analfabetos absolutos en la población adulta, aún 41 millones de personas no saben leer y aproximadamente 110 millones de jóvenes y adultos no han culminado su educación primaria. Y aunque se produjo un importante avance en el acceso, un 3% de los niños en edad de ir a la escuela, se encuentra fuera de ella. El Informe del Instituto de

Estadísticas de la Unesco señala que el número de niños y niñas latinoamericanas no escolarizadas es de dos millones en la enseñanza primaria. Y pese a que la matrícula en la enseñanza secundaria va en aumento, sólo están inscritos 54% de los jóvenes en edad de hacerlo, lo que arroja una estimación de 20 millones de jóvenes no escolarizados.

Hay datos actuales inescusables. Las triunfadoras de la *globalización* (es decir, el imperialismo colonial) son mil empresas que poseen activos que equivalen a 1.42 veces el valor del Producto Interno Bruto mundial. En el grupo toman cada vez más relevancia un segmento de nuevas compañías, en las ramas de la tecnología y las telecomunicaciones, la llamada “nueva economía”. *Business Week* publicó que, los activos de mil compañías privadas alcanzaron el último año la suma de 40 billones 914 mil 607 millones de dólares, una cantidad que supera en 42.5 por ciento al Producto Interno Bruto de todos los países del planeta, calculado por el Banco Mundial en 28 billones 736 mil 978 millones de dólares. “El triunfo de las grandes empresas de telecomunicaciones es uno de los temas sobresalientes que surgen de las mil compañías globales de este año”.

La revolución tecnológica y la consolidación de la nueva economía crecen, mientras amplias franjas de la población mundial sobreviven en la miseria. Así, cuando un millar de empresas consolida su poderío económico, el Banco Mundial ofrece cifras que dan cuenta de la otra cara de la moneda de la globalización económica. *Los indicadores del desarrollo mundial año 2000*, el organismo recuerda que una sexta parte de la población mundial produce 78 por ciento de los bienes y servicios y recibe 78 por ciento del ingreso mundial, un promedio de 70 dólares al día. Mientras, tres quintas partes de la población mundial, que vive en los 61 países más pobres, reciben 6 por ciento del ingreso mundial, es decir, menos de dos dólares al día.

El Banco Mundial señala que el número de personas en extrema pobreza, con un ingreso que no supera un dólar al día, permaneció “relativamente estable en la última década” al disminuir de 1300 millones de personas al inicio de los años 90 a 1200 millones al finalizar 1998, último dato disponible.

El listado de *BUSINESS WEEK* sobre las mil empresas más importantes del mundo es encabezado por General Electric, cuyo valor de mercado es 520 mil 250 millones de dólares, una cifra similar al Producto Interno Bruto de México.

En segundo sitio está Intel, una firma con valor de 416 mil 710 millones de dólares; la sigue Cisco Systems, con 395 mil 10 millones de dólares; Microsoft, con 322 mil 820 millones de dólares y en quinto sitio Exxon Mobil, cuyo valor es de 289 mil 920 millones de dólares. De las mil empresas, 484 son estadounidenses. En conjunto, estas compañías tienen un valor de 13 billones 112 mil 300 millones de dólares. Otras 149 son japonesas, con un valor de 2 billones 891 mil 700 millones de dólares. A la lista se agregan 94 firmas británicas, que valen 2 billones 110 mil 900 millones de dólares; 44 francesas, que tienen un valor de un billón 153 mil 900 millones de dólares.

#### **d) Informe Mundial sobre el Trabajo**

*(Informe de la Organización Internacional del Trabajo).*<sup>11</sup>

La mitad de los trabajadores del mundo viven por debajo de la línea de pobreza de 2 dólares diarios (OIT [9.12.2004] Hora 9:00 pm de Cuba).

La mitad de los trabajadores del mundo, es decir, unas 1.400 millones de personas, están atrapados en la pobreza y no logran ganar lo suficiente para superar, junto con sus familias, el límite de 2 dólares al día, pero según la Oficina Internacional del Trabajo (OIT) su situación podría mejorar con políticas orientadas a aumentar la productividad laboral y los empleos.

*El Informe sobre el Empleo en el Mundo 2004-2005* (Nota 1) de la OIT agrega que las políticas económicas para crear oportunidades de empleo decente y productivo son clave para reducir la pobreza, de acuerdo a lo planteado en las Metas de Desarrollo del Milenio de la ONU. “Las trabajadoras y los trabajadores del mundo esperan tener una oportunidad justa de acceder a empleos dignos”, dijo el director general de la OIT, Juan Somavia. “La generación de más puestos de trabajo

y de mayor calidad debería convertirse en pieza fundamental de las estrategias para reducir la pobreza en el mundo”, agregó.

El informe dice que 185,9 millones de personas estaban desempleadas en el mundo en 2003, lo cual representa la punta del iceberg del problema de déficit de trabajo decente, ya que un número siete veces mayor de personas tienen empleo y, sin embargo, viven en situación de pobreza. De acuerdo con las cifras del informe, 2.800 millones de personas tenían empleos en todo el mundo en 2003, un número sin precedentes. Sin embargo, la mitad de ellos, 1.400 millones, viven con menos del equivalente a dos dólares por día y 550 millones viven por debajo de la línea de pobreza de 1 dólar al día.

Pero el panorama no es totalmente negativo. El informe dice que el porcentaje de personas que viven con menos de 2 dólares y menos de 1 dólar al día ha disminuido con respecto a los niveles de 1990, y que las tasas de crecimiento proyectadas podrían permitir en algunas zonas del mundo la reducción a la mitad de el número de trabajadores pobres que viven con menos de un dólar diario.

“La creación de empleos decentes y productivos y la promoción de una globalización más justa son esenciales para reducir el número de trabajadores pobres” planteó Somavia. “La falta de empleo no es la única causa de la pobreza, también hay que tener en cuenta la naturaleza menos productiva de los empleos. El crecimiento de la productividad es, después de todo, el motor del crecimiento económico que puede permitir a mujeres y hombres obtener ingresos suficientes para salir de la pobreza”, añadió el director general de la OIT.

El *Informe sobre el Empleo en el Mundo 2004-2005* entra en un nuevo territorio de análisis al estudiar el vínculo entre empleo, productividad y reducción de la pobreza. El informe argumenta que los beneficios de una ganancia en productividad comienzan al nivel de las empresas, con menores costos de producción y mayores ganancias y competitividad, y luego se pueden extender hacia los trabajadores en la forma de mayores ingresos y jornadas menos largas. Finalmente, los beneficios impactarían la macroeconomía, con precios más bajos, aumento en el consumo y mayores oportunidades de empleo.

Sin embargo, el informe también reconoce que la realidad puede ser más compleja, con importantes cambios en los empleos y los ingresos que, a veces, quedan escondidos detrás de otros indicadores. Las ganancias en productividad, con frecuencia, pueden causar la reducción de algunos sectores y el aumento de empleo en otros. Para poder enfrentar mejor este desafío “las instituciones deberían dar a los trabajadores la posibilidad de contar con seguridad y capacitación, con el fin de prepararlos para un mercado laboral cambiante. Es importante concentrarse en los sectores emergentes y dinámicos, en aquellos donde las personas, verdaderamente, están empleadas”, agrega el informe destacando la importancia del sector de servicios, que ha demostrado capacidad para aumentar tanto la productividad como el empleo, y que proporciona puestos de trabajo a trabajadores con diversos niveles de capacitación. En este contexto, es importante mejorar la economía informal, donde trabajan la mayoría de los habitantes de muchos países en desarrollo.

El informe también plantea la necesidad de dar mayor atención al aumento de la productividad y las ganancias en la agricultura, ya que gran parte de los trabajadores del sector son informales y viven en condiciones de pobreza. El sector agrícola emplea a 40 por ciento de los trabajadores en los países en desarrollo y contribuye con 20 por ciento de su PIB.

Por otra parte, el documento destaca la importancia de la estabilidad en el empleo ya que permite el crecimiento de la productividad. En este caso, “estabilidad” no es “inmovilidad laboral”. Los trabajos y las capacidades requeridas a una misma persona en una misma empresa pueden cambiar. Para mejorar la productividad es necesario un equilibrio entre la flexibilidad requerida por las empresas y la protección a los trabajadores.

El *Informe sobre el Empleo en el Mundo 2004-2005*, además, recomienda políticas para integrar a la pequeña empresa a la economía y para reducir la brecha de productividad que existe con empresas más grandes. Las pequeñas empresas representan una importante fuente de empleos, tanto en las economías desarrolladas como en aquellas en desarrollo, pero su potencial para ayudar a reducir la pobreza se ve disminuido cuando su productividad es baja.

### **e) Tendencias futuras**

El nuevo informe de la OIT también se pregunta si será posible que la pobreza laboral disminuya a la mitad para 2015, y hace notar que: El análisis de las tendencias de productividad laboral, del mercado laboral y de la pobreza de los trabajadores demuestra que aquellas regiones donde se ha logrado aumentar la productividad a largo plazo y donde también se ha conseguido crear oportunidades de empleo son aquellas que tienen mayores posibilidades de cumplir con las Metas de Desarrollo del Milenio para reducir a la mitad la pobreza para 2015.

Existe la posibilidad de reducir a la mitad el número de trabajadores pobres que viven con menos de un dólar al día para el 2015, ya que la tasa de crecimiento anual del PIB requerida para lograrlo sería de 4,7 por ciento, por debajo de la tasa de 5 por ciento anual proyectada entre 1995 y 2005. Pero esta proyección está fuertemente influenciada por el rápido crecimiento de China, Asia Sudoriental y Asia Meridional. Las economías en transición y Medio Oriente y África del Norte también podrían alcanzar esta meta. Pero lo más probable es que América Latina y el Caribe no lo logren, mientras que África, al Sur del Sahara, está muy retrasada.

Las perspectivas de reducir a la mitad la pobreza de los trabajadores que viven con menos de dos dólares diarios es menos prometedora. Sólo Asia Oriental tiene verdadera oportunidad de lograrlo, mientras que las otras regiones no lo conseguirán a menos que sus tasas de crecimiento del PIB aumenten en forma considerable.

La proporción de personas que forman parte de la fuerza laboral pero viven por debajo de la línea de pobreza de dos dólares diarios se redujo de 57,2 por ciento en 1990, a 49,7 por ciento en 2003 y es posible que llegue a 40 por ciento en 2015. El informe considera que es clara la existencia de un déficit de trabajo decente grande y persistente en el mundo, “uno que represento un gran desafío en la lucha contra la pobreza”.

Desempleo mundial, total y porcentual, 1993-2003. Cantidad de trabajadores pobres por debajo de la línea de US\$1 y US\$2, 1993-2003  
Mercado laboral e indicadores económicos, años seleccionados.

(Nota 1— *Informe sobre el Empleo en el Mundo 2004-2005*: empleo, productividad y reducción de la pobreza. Ginebra, OIT, 2005. ISBN 92-2-114813-0. [www.ilo.org/trends](http://www.ilo.org/trends). Para mayores informaciones por favor contacte el Departamento de Comunicación de la OIT en [communication@ilo.org](mailto:communication@ilo.org), o al 4122/799-7912. Se ha habilitado una página especial para que los medios de comunicación puedan consultar el informe en línea en: [kilm.ilo.org/press/wer2004/](http://kilm.ilo.org/press/wer2004/) Username: WER2004, Password: PRESS).

---

## NOTAS

1. <http://www.zenit.org/spanish/archivo/9710/971016.html>
2. <http://www.basque-red.net/cas/ecol/desastre/tierra.htm>
3. [http://spanish.peopledaily.com.cn/200201/31/sp20020131\\_52244.html](http://spanish.peopledaily.com.cn/200201/31/sp20020131_52244.html) las 11:24 (GMT+8), 31/01/2002
4. [http://www.intermon.org/educacion/docs/cuadernillo\\_afg\\_cas.pdf](http://www.intermon.org/educacion/docs/cuadernillo_afg_cas.pdf)
5. <http://www.worldometers.info> (01/08/2005 15:30:56)
6. [http://www.fao.org/newsroom/es/focus/2004/51786/article\\_51791es.html](http://www.fao.org/newsroom/es/focus/2004/51786/article_51791es.html)
7. <http://portal.montevideo.com.uy/NewsPortal/hnnoticiaj1.cgi?3859> 06.06.2003
8. *Los tres ejes de la mercantilización escolar*, por Nico Hirtt  
<http://users.skynet.be/aped/babel/espanol/001ejes.html>
9. [www.wharton.universia.net/ index.cfm?fa=viewArticle&cid=999](http://www.wharton.universia.net/index.cfm?fa=viewArticle&cid=999)
10. [http://www.manosunidas.org/folletos/n5/n5p09\\_htm](http://www.manosunidas.org/folletos/n5/n5p09_htm)
11. [http://www.eleconomista.cubaweb.cu/2004/nro242/242\\_686.html](http://www.eleconomista.cubaweb.cu/2004/nro242/242_686.html)



### III. Objetivos

Es objetivo de este trabajo presentar provisionalmente, a manera de ensayo, una interpretación de aspectos hipotéticamente constitutivos de una filosofía de la comunicación. No se intenta presentar elaboraciones exhaustivas, únicamente notas producidas en torno (y por momentos desordenadamente) a algunos de esos aspectos de una manera coherente y en búsqueda de una comprensión particular de su desarrollo dialéctico.

Se pretende mostrar que sólo mediante una comprensión totalizante y dialéctica de los elementos constitutivos del trabajo es posible una explicación correcta de los problemas de la comunicación y sus interdependencias con el trabajo real concreto.

Se pretende, además, contribuir en la construcción de un cuerpo de pensamientos filosóficos que clarifiquen el lugar de la comunicación, su estudio y producción como indisociables del trabajo humano, histórica y socialmente determinado.

Se pretende establecer una síntesis entre el trabajo y los principales problemas filosóficos de la comunicación con otras problemáticas epistemológicas, éticas, estéticas, poéticas y políticas.

Está en este estudio la intención de producir argumentos sobre la necesidad de un nuevo orden comunicacional internacional, de tipo revolucionario, en oposición al modelo globalizado de los monopolios imperiales neoliberales.

Este estudio pretende producir pensamientos para una práctica consecuente en la lucha proletaria internacional hacia su liberación definitiva y la construcción de un hombre nuevo, una comunicación libre y una revolución poética permanente.

Este estudio se propone como producción de ideas hacia un debate abierto que tenga como destinatarios principales a los trabajadores involucrados inevitablemente (directa o indirectamente) con los llamados *mass media*.

En este estudio radica una aproximación crítica a las maneras históricamente diversas de entender el concepto comunicación, especialmente aquellas que lo reducen a planos idealistas, abstractos,

individualistas, mercantilistas, formalistas, tecnócratas... para dissociarlo de su fuente y fin dialéctico y social fundamental que es el trabajo humano.

Este estudio busca poner en marcha una aplicación provisional de cierta interdisciplinariedad, como respuesta a necesidades metodológicas fundamentales en oposición a todo exclusivismo teórico del tipo reduccionista.

Este estudio pretende establecer la importancia e influencia del surrealismo como filosofía contemporánea sintetizadora donde la comunicación, la estética, la poesía y la acción política establezcan la importancia del surrealismo como movimiento filosófico revolucionario de las comunicaciones.

Este trabajo pretende contribuir al conocimiento, comprensión y desarrollo de medios y modos que luchan por una comunicación revolucionaria y permanente.

Este trabajo pretende contribuir a la construcción de una herramienta de lucha contra toda alienación, especialmente la que se impulsa desde los máss media.

Este trabajo pretende contribuir a producir la transformación necesaria del régimen de propiedad de los medios para el trabajo de la comunicación, la superación de toda “forma” de comunicación y de trabajo alienante, y la modificación solidaria de todas las relaciones de producción.

## IV. ¿Qué es el Trabajo?

Tomaremos como referencia central los conceptos de Federico Engels.<sup>1</sup>

La construcción de las primeras herramientas marca el amanecer de la conciencia misma y la primera luz de un proceso que, al ser necesariamente social, se verá marcado también por un salto cualitativo monumental, implícito y explicitado en la dialéctica del intercambio de informaciones, aún en su etapa rudimentaria y el nacimiento de la, también herramienta, llamada comunicación. Es el trabajo, nota humana distintiva, energía, materia y movimiento que se actualiza ante la dialéctica toda de la naturaleza, con él y por él la humanidad da uno de sus saltos cualitativos más complejos. El comportamiento mismo de la naturaleza suscita el surgimiento del trabajo, es decir, del trabajo concebido a partir de la producción de herramientas.

Nada hay en ese parto magnífico dado por la especie humana que no contenga, dialécticamente, la síntesis de la semilla y el fruto de esta gran revolución de la naturaleza registrada en una de sus criaturas. El nacimiento del trabajo inicia la aventura de la separación (al mismo tiempo encuentro) del hombre sobre sí para auto-concebirse como un ser en entre otros seres.

“El trabajo es la fuente de toda riqueza”, afirman los especialistas en Economía Política. Lo es, en efecto, a la par que la naturaleza, proveedora de los materiales que él convierte en riqueza. Pero el trabajo es muchísimo más que eso, es la condición básica y fundamental de toda la vida humana, y lo es en tal grado que, hasta cierto punto, debemos decir que el trabajo ha *creado* al propio ser humano.

Únicamente por el trabajo, por la adaptación a funciones nuevas, por la transmisión hereditaria del perfeccionamiento especial adquirido por los músculos, los ligamentos y los huesos en la práctica renovada de habilidades sobre funciones cada vez más complejas, ha sido como la mano humana, ha alcanzado ese grado de desarrollo que la ha hecho capaz de dar vida, por ejemplo, a los dibujos en las cavernas, las pirámides y la arquitectura, la música de Paganini, las herramientas todas.

Desde luego, la mano existe independiente es un miembro de un organismo entero y sumamente complejo y aquello que desafía a la mano o la beneficia, beneficia también a todo el cuerpo y a toda la especie. Con cada avance sobre la naturaleza que comenzara por el desarrollo de la mano, el trabajo amplió los horizontes de la humanidad, haciéndole descubrir objetos con cualidades hasta entonces desconocidas. Por otra parte, el desarrollo del trabajo multiplicó los casos de ayuda mutua y de actividad conjunta, apareció así ese *punto* en que los individuos tuvieron *necesidad de decirse* algo. “*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*”.<sup>2</sup>

Para el capitalismo el control sobre los *mass media* otra fuente más de control y de negocio. Uno especialmente lucrativo. La comunicación es otra mercancía cuyo valor está determinado por la cantidad de trabajo socialmente necesario gastado en su producción, pero su precio está determinado en el mercado por las leyes de la oferta y la demanda burguesas. Muchas de las realizaciones en materia de comunicación que involucran negocios millonarios son obra de trabajadores de la comunicación que viven bajo limitaciones colindantes con la pobreza. Y la cosa empeora; a la burguesía sólo le importa la acumulación mientras la comunicación le tiene sin cuidado o, salvo aquella que sirva para acrecentar la acumulación. Al capitalismo sólo le importa dominar y oprimir, convertir todo en herramienta para su enriquecimiento. No hay manera de “humanizar la comunicación bajo el capitalismo; son términos excluyentes.

Desde luego, el grado de alienación y explotación que se ejerce sobre los trabajadores de la comunicación (y sobre los pueblos en general) genera un espíritu de rebelión y protesta, en no pocas veces reprimido, con saña, pero que lucha para hacerse escuchar y fortalecer sus avances. Poco a poco se suman triunfos en el seno mismo de los monopolios *mass media* y las sociedades. Aunque la burguesía dispone de recursos e impunidad, poco a poco, ha sido desnudado y neutralizado su agresión alienante que incluso genera traiciones socia-

les muy graves como el golpe de Estado en Venezuela que, sostenido fenomenalmente por los *mass media* locales, impulsó el secuestro de presidente Hugo Chávez. El pueblo revolucionario de Venezuela no se tragó la andanada de falacias mediáticas y procedió a profundizar su proceso revolucionario. Es un triunfo extraordinario y una derrota superlativa contra los aparatos de guerra ideológica de las oligarquías latinoamericanas y mundiales. Uno sabe que se trata de un triunfo relativo, que falta mucho por hacer y que vamos lentos; pero es un triunfo, una lección, una prueba de que es posible lo que antes fue impensable. Eso vale mucho.

En una sociedad clasista el uso de los *mass media* tiene por fin excluir a las masas, relegarlas a una existencia empobrecida, no sólo en el sentido económico sino también en el sentido espiritual. Los *mass media* son, junto con las iglesias, el opio de los pueblos. Garantizan la degeneración y pauperización de la expresión libre y de la puesta en común; crean una atmósfera enrarecida para cerebros enfermos de miedo y desconfianza en sí y en el conjunto de los trabajadores. Se criminaliza todo lo que no enriquece a la burguesía. Se empobrece la cultura y la alienación se impone a los seres humanos. *Únicamente merced a la riqueza del ser humano, desplegada objetivamente, se desarrolla y, en parte, se genera, por primera vez, la riqueza de la facultad subjetiva de sentir del hombre: el oído musical, el ojo que siente la belleza de la forma, en resumidas cuentas, los sentidos capaces de causar el deleite humano y de afirmarse como fuerzas esenciales humanas. Puesto que no sólo los cinco sentidos exteriores, sino igualmente los llamados sentidos espirituales, prácticos (voluntad, amor, etc.), en una palabra, el sentido humano, la humanidad de los sentidos, surgen sólo merced a la existencia del correspondiente objeto, merced a la naturaleza humanizada. La formación de los cinco sentidos exteriores es obra de toda la historia universal precedente. El sentido que es presa de la burda necesidad práctica no posee más que un sentido limitado. Para el hombre que siente hambre no existe forma humana de alimento, sino sólo su ser abstracto como alimento: éste podría tener, con el mismo éxito, la más burda forma y resulta imposible decir qué diferencia hay entre esta ingeren-*

*cia del alimento de su ingerencia por un animal. Agobiado por las preocupaciones y la necesidad, el hombre no es sensible al más hermoso espectáculo; el traficante en minerales no ve más que el valor mercantil, y no la belleza y la naturaleza peculiar del mineral; no tiene sentido mineralógico. Por lo tanto, es necesaria la objetivación de la esencia humana fl tanto en aspecto teórico como en el práctico fl para que, por una parte, se humanicen los sentidos del hombre y, por otra, se cree el sentido humano de acuerdo con toda riqueza de la esencia humana y natural. Marx*

Primero el trabajo, luego y con él la palabra transformaron gradualmente al ser humano y con el desarrollo del cerebro se desarrollaron también los órganos de los sentidos. El desarrollo del cerebro y los sentidos implicó claridad relativa de la conciencia, capacidad de abstracción y discernimiento que contribuyeron a mejorar el trabajo y la palabra. Desarrollo desigual y combinado que impulsa la formación de individuos que dejan de ser monos, dialécticamente, y comienzan a vivir en sociedad.

Una de las distinciones de fondo más importante entre los humanos y el resto de las especies es la importancia de la comunicación sus medio y modos y si “fue la mano la que creó el cerebro y no viceversa”, es decir, si fue el trabajo lo que facultó que la humanidad desarrollara, tal trabajo, junto a la producción de herramientas, comporta necesariamente el desarrollo de la comunicación, con sus medios y modos del momento, incluida la palabra, como práctica social esencialmente, no individual. El desarrollo de la comunicación depende, claramente, del desarrollo de las fuerzas productivas, pero estas, dialécticamente, también dependen del desarrollo de medios y modos de comunicación.

La comunicación humana cambia con cada cambio de las condiciones materiales de vida. Y es claro que la humanidad desarrolló sus cualidades distintivas cuando comenzó a fabricar herramientas y a liberarse de la dependencia de las fuerzas de la naturaleza. Está en la base de ese proceso dialéctico el propio desarrollo de los medios y modos para la comunicación social desarrollados como respuesta a necesidades concretas en el desarrollo mismo de las fuerzas producti-

vas. Y es que tal desarrollo humano se puede reducir sólo a economía. La relación entre la “base” económica y la “superestructura” ideológica es muy compleja y la comunicación cruza todo ese espectro siempre de manera dialéctica y contradictoria.

El trabajo comienza con la producción de instrumentos. El trabajo se diversificó en actividades nuevas. Caza, ganadería, agricultura y más tarde hilado y tejido; trabajo de metales, alfarería y navegación. Aparecieron los oficios, el comercio, las artes y las ciencias, *Resumiendo: lo único que pueden hacer los animales es utilizar la naturaleza exterior y modificarla por el mero hecho de su presencia en ella. El hombre, en cambio, modifica la naturaleza y la obliga así a servirle, la domina. Y ésta es, en última instancia, la diferencia esencial que existe entre el hombre y los demás animales, diferencia que, una vez más, viene a ser efecto del trabajo.*<sup>3</sup>

Engels explicó cómo en una sociedad donde el arte, la ciencia, la comunicación y el gobierno se monopolizan será una minoría quién usará esos medios para controlar a la mayoría e imponerle sus propios intereses materiales y espirituales. Esa es la base concreta de toda sociedad de clases y de la exclusión de millones de personas a quienes se niegan los beneficios de una red libre de flujos comunicacionales en condiciones de igualdad objetiva. La tarea del socialismo es poner fin a este crimen contra la humanidad y destrabar todo para devolvernos el desarrollo humano.

Es con el trabajo, transformador del mundo objetivo (la naturaleza), y no con su destrucción acelerada<sup>4</sup>, con lo que la humanidad lucha para satisfacer sus necesidades y se afirma como ser genérico en exteriorización constante. Este ser genérico, que tiene necesidades comunes, expresa sobre la naturaleza y sobre su vida diaria saberes e incertidumbres desarrollados socialmente por el trabajo gracias a la dialéctica que le permite perfeccionar experiencias. El trabajo es vida genérica activa y concreta del intelecto y del espíritu. El trabajo, objetivación de la vida humana, en sus necesidades y satisfactores, herramientas y hallazgos, desdobla la conciencia activa y realmente para contemplarse a sí misma en un mundo creador de ella, transformado permanentemente y preñado emocionalmente por una dialéctica siempre

compleja. (...)Evidentemente, el trabajo produce maravillas para los ricos, pero produce privaciones y penuria para los obreros. Produce palacios, pero aloja a los obreros en tugurios. Produce belleza, pero tulle y deforma a los obreros. Sustituye el trabajo por máquinas, pero condena a una parte de los obreros a entregarse de nuevo a un trabajo propio de bárbaros y convierte en máquinas a la otra parte. Produce espíritu, pero produce estupidez y cretinismo para los obreros (...). Marx

Desde siempre la comunicación ha sido un hecho social, ya en la pintura rupestre hay fines comunicación relacionados con imperativos cotidianos para la supervivencia. El desarrollo de la división del trabajo, hace que la base productiva de la sociedad de un gran paso adelante, pero al mismo tiempo, hace de las conquistas humanas una calamidad. La división del trabajo mental y manual produce la división de la humanidad en clases y eso ha costado la alienación de la mayoría ante los frutos de su trabajo y, al mismo tiempo, la exclusión dolorosa de la mayoría de los seres humanos del acceso a los medios para comunicarse.

La filosofía de la comunicación ha de ser la herramienta que se desarrolle para combatir cualquier señal de alienación y explotación burguesa sólo sobre la base de una superioridad teórica probada. Debatar y anular totalmente cualquier burocracia, secta o vanidad alienante. Combatir todo monopolio de la expresión. Impulsar el dominio de los trabajadores con independencia política, sobre todo el conocimiento, el arte, la ciencia y las tareas de comunicación. *La emancipación de los trabajadores debe ser obra de los propios trabajadores.* Marx. El capitalismo sufre una crisis profunda que afecta todos los aspectos de comunicación. Es decir, la comunicación de la sociedad clasista tiene una base de clase. *En cada época, las ideas de la clase dominante son las ideas dominantes, por ejemplo, la clase que es la fuerza material dominante de la sociedad, al mismo tiempo, es su fuerza intelectual dominante. La clase que tiene a su disposición los medios materiales de producción, somete a las ideas de aquellos que carecen de los medios mentales de producción.* (Marx y Engels. *La ideología alemana*). *El capitalismo controla las escuelas, las univer-*

*sidades, las editoriales, las iglesias, la industria publicitaria, las librerías, los estudios de grabación, las grandes compañías de discos, los puntos de venta, los teatros, salas de conciertos, la radio, el cine y la televisión. Paga los salarios de los escritores, editores de periódicos y artistas, decide quién trabajará y quién no. Detrás de la máscara hipócrita de la democracia formal, los gobernantes de la sociedad ejercen una dictadura de hierro fl la dictadura de su riqueza.*  
Alan Woods

Es el trabajo en desarrollo, materializado en productos (herramientas, mercancías, ideas, etc.), lo que crea la comunicación toda y sus medios. El ser humano se desarrolla en una sociedad determinada. Todas las fuerzas productivas y creadoras (naturaleza, pensamientos, máquinas, materias primas, mano de obra) se ofrecen como posibilidades de desarrollo para el trabajo bajo ciertas relaciones de producción. Tales son la base material sobre la que se levanta una superestructura ideológico-comunicacional multifacética. Esta realiza una parte de la evolución social de la humanidad que a través de su actividad práctica impulsa su conciencia, sus hábitos, valores, producción, comunicación, etc. Es decir, la vida misma. Sólo el trabajo hace posible que un bien tenga valor.

### **a) Manifiesto del Trabajo**

Damas y caballeros:

Trabajo no es lo mismo que “chamba”, “curro”, “laburo”, “changa”. Todo está patas arriba.

*Debería ser distinto pero:*

A estas alturas de la historia el trabajo es un esperpento de contradicciones equilibristas.

A estas horas el trabajo de la mayoría es indigno, humillante y criminal.

A estas horas el trabajo nos taladra con inseguridad y salarios bajos, paupérrimos.

A estas horas paseamos nuestras penurias en los supermercados y los aparadores.

A estas horas nuestro trabajo es una fuente de enfermedad y muerte donde la miseria exhibe sus designios más obscenos. Sobre la mesa no está lo necesario ni lo suficiente y esto es muy costoso.

A estas horas estamos hartos del trabajo alienante, del hambre, del desempleo, de la vejez solitaria y náufraga, de la niñez desvencijada, del futuro ciego, del pasado amnésico.

A estas horas nuestro trabajo sólo da desesperación y rabia, hasta para las cosas más pequeñas, en lugar de servirnos para desarrollarnos y fortalecernos en colectivo. El trabajo, bajo las condiciones actuales, es una noche de estertores, sorda, donde la burguesía hunde sus colmillos de fondos monetarios insaciables.

A estas horas quienes producen la riqueza, verdaderamente, son quienes sufren más penurias.

A estas horas éste mundo, secuestrado por el capitalismo, acelera su decadencia devastadora.

A estas horas alguien, organizado y con armas, le roba su trabajo a muchos desorganizados e inermes. Esta sociedad enferma produce trabajos enfermos, hambre y angustia para trabajadores condenados al patíbulo del silencio y la indiferencia. Se nos va la vida cuanto más trabajamos. Y luego nos bañan con sus chorros de tinta periodística y nos hacen criminales por no aceptar su orgía de barbarie y odio.

*...Un momentito*

Ya deberíamos emprender, a como de lugar y desde abajo, todos los que somos estos muchos, la dignificación definitiva del trabajo que consiste, también, en arder en guerras contra la miseria. Pero no del trabajo tal cual lo conocemos y padecemos hoy, sino otro trabajo, nuevo, que salga de estas ruinas y sea mejor, que nos de riqueza, alegría, creatividad de todos y para todos. ¿Será muy difícil? No concibamos el trabajo separado de nuestras mejores guerras. Es necesario terminar con el espíritu blandengue. Transformemos este circo de explotación enferma y decadente en una realidad fértil, nueva y de

todos; que sea para el corazón y los sentidos una sacudida amorosa y concreta con trabajo no alienado.

Esto es un llamado a los trabajadores todos, que sueñan y trabajan por transformar el mundo. Llamado contra las amenazas y los enemigos, contra la vulgaridad de los indiferentes, contra la confusión de los “progres”; la prostitución imperialista del “mercado global”, la guerra ideológica en los misiles y en los *mass media*; contra la persecución de los lebreles neoliberales en fábricas, aulas, oficinas y calles. Sabemos que hay riesgos, como nunca, en las circunstancias presentes. Es imposible revitalizar el mundo en que vivimos, es inútil aferrarse a él, es preciso atreverse a cambiarlo desde sus logros mejores. Y eso tiene costos que son, hoy por hoy, ineludibles. La lucha por dignificar el trabajo conducirá a la humanidad a sus fuentes verdaderas. Pondrá a trabajar, incluso creativamente, a los miedos todos para que sirvan a la construcción solidaria del futuro. ¿Podremos? (Urgente: Algunos andan diciendo que se avecina una Revolución del trabajo. ¿Quién se anota?)

*13 verdades para salir de la trampa. 13 verdades para cambiar la suerte del trabajo. 13 verdades incompletas para decidir qué haremos en los años venideros*

1. La palabra trabajo deberá significar, en la práctica, todo lo contrario a lo que padecemos hoy. Deberá ser sinónimo de justicia, bienestar, creatividad, imaginación y dignidad colectivas. Que el trabajo, que es una de las conquistas humanas más espléndidas, no sirva más para propinarnos una de nuestras derrotas más dolorosas: la explotación y la alienación. Esto no es un problema metafísico ni extraterrestre, es consecuencia de la propiedad privada de las armas y la administración corporativa de la violencia legalizada. Eso puede cambiarse.
2. El trabajo deberá ser la fuerza creadora y des-alienante, el trampolín de la conciencia, la llave para la claridad, la riqueza y la felicidad de todos. Debería ser la construcción colectiva más querida, vigilada, cultivada y respetada por todos inexcusablemente

3. El trabajo, señoras y señores, será inspiración sin dogmas, para terminar con cuanto pensamiento y acción sirve para robarse el trabajo ajeno. Denunciar la alienación del trabajador y del trabajo que nos acorrala con noticieros, usureros, genocidio en los hospitales sin medicamentos, sin gasas, sin platos, sin solidaridad. Denunciar la miseria en las escuelas públicas, las universidades públicas, los institutos de investigación. Denunciar el crimen organizado en los recibos de teléfono, luz, agua, gas... Denunciar a una sociedad que convierte en puentes de muerte lo que deberían ser puentes de libertad.
4. Transformaremos el trabajo en alegría, humor, amor y lucha para tomar lo que merecemos. Es necesario lanzar tres cohetones. ¡Nos han robado! Que salten los goznes, que se ericen todos los gatos. Nos han mentido. A estas horas será necesario irritarse y propagar la prosa de nuestras denuncias más irrefutables para probar cuánto podemos movilizarnos. No es un chiste. No salen las cuentas. Algo anda muy mal. Tiemble la tierra. Estamos en marcha.
5. Es necesario recuperar el trabajo con urgencia suprema, impulsiva y vibrante, arrebatarlo de las encrucijadas y los banqueros, de la moral del patrón y de la moral de sus cómplices. Nos han robado el trabajo; truenen los cielos, nos han robado con las acciones más contradictorias, contra nosotros mismos, sin darnos cuenta, con nuestra colaboración incluso.
6. El trabajo, que ahora significa para nosotros sólo explotación y muerte que se agita estrepitosa en nuestras cabezas, debe significar todo lo contrario; debe significar libertad y fuerza nuestra, desarrollo liberado y terminación de la miseria. Cambiar la historia, cambiar la vida, cambiar al trabajo. Nos urge construir una sensibilidad, desde las entrañas del trabajo, para transformar al mundo porque el trabajo nunca será bello por decreto, objetivamente y para todos. Hay que cambiarlo de raíz. Desde la base psíquica común a toda la humanidad. Desde un plan de todos, definido entre todos y para todos, desde abajo y hasta siempre. Un plan de transformación permanente.

7. Una vez que hayamos asumido un estado de visión semejante ya no será posible, como antes, confundir la mentira con la verdad. Que no nos quepa duda de que estamos contra la muerte impuesta impunemente por la decisión de los patrones y sus intereses. Estamos hablando de terminar con la propiedad privada y el Estado, con la miseria, el hambre, la ignorancia y la enfermedad. Terminar con la usurpación de las fuerzas y talentos expresivos y su sometimiento al enriquecimiento de los patrones. Terminar con la destrucción de las fuerzas productivas, la destrucción del espíritu, del intelecto. Contra la muerte misma.
8. No hay tiempo que perder, para hablar de una revolución de los trabajadores y del trabajo urge una sinceridad nueva contra la miseria. No hay tiempo que perder; están listas las semillas y esperan un orden de los trabajadores, para florecer. No hay tiempo que perder, aprovechemos sólo lo aprovechable para la revolución que preparan los obreros con sus astros sonrientes color mundo y carne.
9. Verdaderamente, no se puede jugar con el trabajo de nadie. Es preciso dignificar el trabajo de millones de trabajadores que levantan al cielo sus banderas de aurora contra el hambre eterna y el descorazonamiento; contra la angustia que cuelga de los pechos. Contra las alucinaciones de la angustia tantos siglos acumulada como lágrima inmensa. Contra la muerte infiltrada de rapsodias burócratas, infiltrada de pianos tenues y banderas camaleónicas con transfusiones eléctricas de pesadilla y fatalidad en nombre de un idiota que se cree patrón o gerente Mesías.
10. Hace falta unidad, no uniforme, organizada para esa revolución del trabajo con muchedumbres de canciones rebeldes. Muchedumbres de alegrías convencidas y convincentes... Para que los mundos galopen en órbitas sin angustia. Para que se rompan los candados del cerebro y un huracán de conciencia aclare todo y arrase con la podredumbre.
11. No hay métodos rápidos ni técnicas milagreras para la revolución del trabajo. Debemos saber que toda oficina, toda fábrica tiene su buena cuota de traidores sádicos y petulantes en especial el sadismo de la burguesía ignorante que tiene una historia densa y amar-

ga. Durante siglos han vivido del trabajo ajeno, de explotarnos siempre y no estarán dispuestos a soltar la teta; pagarán asesinatos y pagarán traiciones. No podemos ser ingenuos, no podemos estar indefensos; no seamos nosotros cómplices de nuestra derrota ¿Quién fabrica nuestra incapacidad organizativa, de unidad, de lucha, juntos... no revueltos? La unidad producirá grietas al fondo del infortunio, del tiempo y de nosotros mismos; por ahí se filtrará, a través de todos los espacios y todas las edades, el viento de la revolución que se enredará en la voz contra esta noche fría de gruta en huesos de miseria. ¿Eso es poco?

12. Desorganizados somos como un barco que se hunde y apaga sus luces en las aguas de la impotencia, mientras, los perros burócratas ladran a las horas que se nos mueren. Coincidamos, porque es posible, para lo inmediato y lo mediato, luchar juntos. Para lo de hoy y lo de siempre. Por lo legal y por lo legítimo. Por la esperanza y por la panza. Por la dignidad y por la espontaneidad. Por el humor y por el amor. Por el salario y por el ideario. Por el trabajo dignificado, digno.
13. Esta revolución del trabajo conoce muy bien sus estrategias. Debemos estar en pie de guerra con nuestro cielo, lleno de estrellas a la altura de los deseos. El entusiasmo intacto. Vivitos y coleando. Nos daremos la vida, el trabajo digno contra esta muerte que nos dan, si juntamos todas las fuerzas revolucionarias, si las organizamos, aquí y allá, para tomar el cielo por asalto, hoy cercado con balas.

*En resumidas cuentas...*

El trabajo, no alienado, es el primer manifiesto del movimiento ascendente de la conciencia. El trabajo, no alienado, tiene para nosotros una importancia sustancial. Nos han robado el trabajo, la vida, el producto del trabajo y nos quedamos con los brazos atados y los cráneos vacíos. Es imperativo un trabajo con independencia que dé confianza hacia la comunidad. Trabajo que conserve su libertad. Que no sirva para amontonar dinero y acariciar a los gentiles burgueses, que no se humille con el tintineo de las monedas. Que no nos quite el

derecho a proclamar nuestras revoluciones, plenas de energía, para curarnos la carne raída bajo el vértigo de la acumulación capitalista. Contémpnenlo ustedes; cuán ajeno parece nuestro trabajo día tras día. Nos sale de las entrañas y no lo reconocemos. Mírenlo bien, vean cuánta riqueza le saca el jefe... riqueza nuestra, y el patrón feliz... porque nos cree incapaces de organizarnos.

El trabajador alienado crea un mundo sin argumento. Todo trabajo alienado es inútil realmente para quien trabaja, sirve en lo inmediato para echarse algo a la boca, para ponerse un techo, para no andar encuerado, pero es inútil; es un monstruo destructor que hace muy amarga ésta fábula triste de la humanidad explotada. El trabajo, ante nuestros ojos, es una causa en espera de definiciones nuevas, teoría nueva y práctica nueva, contra la explotación y la miseria. Negación de los fulgores supremos del capitalismo. Lucha contra el *impase* salarial que nos deja sin duración, sin respiración, sin luz y sin control.

*Señoras y señores:*

Preparemos la supresión de la esclavitud. Quitémonos las lágrimas y pongámonos las mejores luchas de los trabajadores de un continente a otro. Hagamos permanente este llamado mundial para el rescate del trabajo como una operación social conjunta. El trabajo alienado es lo que nos hunde en el pasado. El trabajo esclavizado nos enseña la moral y nos impone el modelo psicológico del patrón con sus ambiciones por explotarnos de manera, siempre, más voraz. Cada fábrica, tierra, actividad laboral cualquiera, debe abrirse con furia, con nuestros motivos, profundos y pesados, por el vórtice y el vértigo, nuevo y eterno, contra un mundo esclavizante que nos ata los cascabeles de la explotación más infernal cabalgando a lomos de sollozos resignados. Va siendo la hora de rescatar el trabajo de ese mundo mutilado donde nos desgarramos, va siendo la hora de pegar un salto grande hacia la revolución del trabajo, de una vez por todas, que cambie el mundo... que cambie la vida. La revolución hecha por todos.

## b) ¿El fin del trabajo?

Nada de lo que sea capaz de inventar la palabrería burguesa logrará diluir con saliva el debate Capital-Trabajo. Ni las “Ofimáticas” (Oficina Automática), ni la biotecnología, la multimedia, ni las “Fábricas inteligentes” con “Inteligencia artificial”, ni las ONG, fundaciones, o microempresas... sirven para tapar o emborronar el conflicto Capital-Trabajo, y tampoco diluyen la explotación humana. Por más artilugios o artificios que inventen los administradores de la crisis del capitalismo, para *abaratar* costos, reduciendo o eliminando la fuerza laboral, deformándola o disfrazándola el conflicto sigue presente y agudizándose. Las injusticias contra los trabajadores no son un *conflicto* de “formas” administrativas en un sistema perfecto, y, por lo tanto, el nuestro es conflicto contra el sistema mismo y todas sus formas, incluidas las de “administrar”.

No todo el trabajo que la sociedad realiza pertenece al “mercado” del trabajo “estable” ni todos los que trabajan logran un “salario” bajo las formas existentes para obtener dinero a cambio de producir bienes o servicios. Es verdad que el trabajo se hace, día tras día, más miserable, escaso e injusto. Pero no se hace así por sí mismo, no es una “entidad” extraterrena que decide por su voluntad hacerse “malo”, *huidizo, caprichoso o degenerado*. Son las políticas macroeconómicas o el capitalismo apoyadas por sus lebreles de los gobiernos de turno, quienes para incrementar sus capitales, son capaces de destruir sociedades enteras, vidas a raudales sacrificadas por el modelo de concentración más devastador y criminal hasta hoy visto. La burguesía aumenta la plusvalía relativa y absoluta, sobreexplota los trabajadores, impone su “dictadura” en las fábricas y en el mercado mundial a través de una división internacional del trabajo, cada vez más injusta y depauperante.<sup>5</sup>

Es *lógico* que el capitalismo quiera dar por muerta una actividad social que será la encargada de marcar su final. Es *lógico* que la burguesía compre intelectuales, profetas del Apocalipsis de la clase trabajadora capaces de fabricar ilusionismo silogístico para desmovilizar, para desanimar, para confundir, alienar a los trabajadores y hacerles creer que luchan por un muerto. Que nada de lo que pretendan defenderle a su trabajo tiene sentido, que no tiene sentido el debate político, ni el diseño de un mundo diferente, ni la lucha por ese mundo. Es *lógico* que,

para eso, echen a andar las cámaras, los micrófonos y las rotativas. Que hagan lo indecible por *gritar* a los cuatro vientos mediáticos la muerte de su enemigo de clase, la muerte de su fuerza mayor de su poder supremo que es el trabajo. Es *lógico* que la burguesía mienta, tiene tradiciones añejas. Es *lógico* que salga a tratar de destruir la realidad, degenerarla, deformarla, intoxicarla con su farándula y sus noticieros. Mientras, de a poco, los trabajadores comienzan a independizarse políticamente y a organizar sus fuerzas verdaderas, es decir, las fuerzas que un buen día les permitirán apropiarse de la riqueza que produce su trabajo, incluidas las herramientas con que la produce. Eso es lo que nace, lo que florece, lo que indica que hay futuro. No la muerte del trabajo. ¿Se notará la diferencia?

---

## NOTAS

1. *El presente artículo fue ideado inicialmente como introducción a un Trabajo más extenso denominado “Tres formas fundamentales de esclavización”. Pero, visto que el propósito no se cumplía, Engels acabó por dar a la introducción el título “El papel del Trabajo en el proceso de transformación del mono en hombre”. Engels explica en ella el papel decisivo del Trabajo, de la producción de instrumentos, en la formación del tipo físico del hombre y la formación de la sociedad humana, mostrando que, a partir de un antepasado parecido al mono, como resultado de un largo proceso histórico, se desarrolló un ser cualitativamente distinto, el hombre. Lo más probable es que el artículo haya sido escrito en junio de 1876.*

2. <http://www.marxists.org/espanol/m-e/1870s/1876trab.htm>

3. <http://www.marxists.org/espanol/m-e/1870s/1876trab.htm>

4. *América Latina: Líder en el incremento del desempleo.* Adital- El número de personas desempleadas en el mundo registró un nuevo aumento en 2005, evidenciando que el fuerte crecimiento económico no logró compensar el aumento en la cantidad de personas que buscan trabajo, sobre todo entre el grupo cada vez más numeroso de jóvenes sin empleo. El mayor incremento en el desempleo se registró en América Latina y el Caribe, donde el número de desempleados aumentó en

1,3 millones aproximadamente y la tasa de desempleo se incrementó de 0,3 puntos porcentuales entre 2004 y 2005 hasta 7,7 por ciento. La información es de la Oficina Internacional del Trabajo (OIT) en su *Informe sobre Tendencias Mundiales de Empleo*. El informe sostiene que la debilidad de la mayor parte de las economías para convertir su PIB (Producto Interno Bruto) en creación de puestos de trabajo o en aumento de salarios, junto a una serie de catástrofes naturales y al aumento del precio de la energía, afectan con particular dureza a los trabajadores pobres del mundo. El informe sobre las tendencias demuestra que a pesar del crecimiento de 4,3 por ciento del PIB en 2005, sólo 14,5 millones de los más de 500 millones de trabajadores del mundo en condiciones de pobreza extrema lograron superar la línea de la pobreza de 1 dólar al día por persona. Además, de los más de 2,8 miles de millones de trabajadores en el mundo en 2005, hay 1,4 miles de millones que no ganan aún lo suficiente para elevarse a sí mismos y a sus familias por encima de la línea de pobreza de 2 dólares diarios, una cantidad similar a la desde hace 10 años, afirma la OIT. “El informe de este año demuestra una vez más que el crecimiento económico no es capaz de satisfacer por sí solo las necesidades mundiales de empleo. Esto está retrasando la reducción de la pobreza en muchos países”, dijo el Director General de la OIT, Juan Somavía. *“Estamos enfrentando una crisis mundial del trabajo de proporciones enormes, y un déficit de trabajo decente que no se va a resolver sin hacer nada. Son necesarias nuevas políticas y acciones para enfrentar estos problemas”*. Según estimaciones oficiales, la tasa de desempleo permaneció inalterada en 6,3 por ciento, después de que había disminuido por dos años consecutivos. El número total de desempleados se situó en 191,8 millones de personas a finales de 2005, un aumento de 2,2 millones desde 2004 y 34,4 millones desde 1995. La OIT destaca que si bien hay efectivamente más personas “con trabajo”, al mismo tiempo hay más desempleados que nunca antes. El informe de la OIT agrega que casi la mitad de los desempleados son jóvenes entre 15 y 24 años, con una probabilidad tres veces mayor que los adultos de encontrarse sin trabajo. La OIT consideró que esta cifra es “problemática”, ya que los jóvenes representan sólo 25 por ciento de la población en edad de trabajar. La OIT además dijo que el índice total de empleo en el sector de los servicios aumentó durante los últimos 10 años en todas las regiones salvo una, el Medio Oriente y África del Norte. Si el sector de los servicios continúa creciendo de esta manera, pronto superará a la agricultura como el mayor proveedor de empleo, explica el informe. El informe destaca además que durante la última década se ha reducido la brecha en el empleo entre mujeres y hombres, pero sigue siendo grande. En 2005, 52,2 por ciento de las mujeres adultas tenía empleo, comparado con 51,7 por ciento en 1995. En 2005, las mujeres constituían cerca de 40 por ciento de la fuerza de trabajo del mundo. <http://www.adital.com.br/site/noticia.asp?lang=ES&cod=20750>

5. *América Latina: Líder en el incremento del desempleo.* Adital- El número de personas desempleadas en el mundo registró un nuevo aumento en 2005, evidenciando que el fuerte crecimiento económico no logró compensar el aumento en la cantidad de personas que buscan trabajo, sobre todo entre el grupo cada vez más numeroso de jóvenes sin empleo. El mayor incremento en el desempleo se registró en América Latina y el Caribe, donde el número de desempleados aumentó en 1,3 millones aproximadamente y la tasa de desempleo se incrementó de 0,3 puntos porcentuales entre 2004 y 2005 hasta 7,7 por ciento. La información es de la Oficina Internacional del Trabajo (OIT) en su *Informe sobre Tendencias Mundiales de Empleo*. El informe sostiene que la debilidad de la mayor parte de las economías para convertir su PIB (Producto Interno Bruto) en creación de puestos de trabajo o en aumento de salarios, junto a una serie de catástrofes naturales y al aumento del precio de la energía, afectan con particular dureza a los trabajadores pobres del mundo. El informe sobre las tendencias demuestra que a pesar del crecimiento de 4,3 por ciento del PIB en 2005, sólo 14,5 millones de los más de 500 millones de trabajadores del mundo en condiciones de pobreza extrema lograron superar la línea de la pobreza de 1 dólar al día por persona. Además, de los más de 2,8 miles de millones de trabajadores en el mundo en 2005, hay 1,4 miles de millones que no ganan aún lo suficiente para elevarse a sí mismos y a sus familias por encima de la línea de pobreza de 2 dólares diarios, una cantidad similar a la desde hace 10 años, afirma la OIT. “El informe de este año demuestra una vez más que el crecimiento económico no es capaz de satisfacer por sí solo las necesidades mundiales de empleo. Esto está retrasando la reducción de la pobreza en muchos países”, dijo el Director General de la OIT, Juan Somavía. “Estamos enfrentando una crisis mundial del trabajo de proporciones enormes, y un déficit de trabajo decente que no se va a resolver sin hacer nada. Son necesarias nuevas políticas y acciones para enfrentar estos problemas”. Según estimaciones oficiales, la tasa de desempleo permaneció inalterada en 6,3 por ciento, después de que había disminuido por dos años consecutivos. El número total de desempleados se situó en 191,8 millones de personas a finales de 2005, un aumento de 2,2 millones desde 2004 y 34,4 millones desde 1995. La OIT destaca que si bien hay efectivamente más personas “con trabajo”, al mismo tiempo hay más desempleados que nunca antes. El informe de la OIT agrega que casi la mitad de los desempleados son jóvenes entre 15 y 24 años, con una probabilidad tres veces mayor que los adultos de encontrarse sin trabajo. La OIT consideró que esta cifra es “problemática”, ya que los jóvenes representan sólo 25 por ciento de la población en edad de trabajar. La OIT además dijo que el índice total de empleo en el sector de los servicios aumentó durante los últimos 10 años en todas las regiones salvo una, el Medio Oriente y África del Norte. Si el sector de los servicios continúa creciendo de esta manera, pronto superará a la agricultura como el mayor proveedor de empleo, explica el informe. El informe destaca además que durante la última década se ha reducido la brecha en el empleo entre mujeres y hombres, pero sigue siendo grande. En 2005,

52,2 por ciento de las mujeres adultas tenía empleo, comparado con 51,7 por ciento en 1995. En 2005, las mujeres constituían cerca de 40 por ciento de la fuerza de trabajo del mundo.

<http://www.adital.com.br/site/noticia.asp?lang=ES&cod=20750>

## V. ¿Qué es comunicación?

### a) ¿Qué se entiende aquí por comunicación?

Cualificar la cualidad. ¿Poner en común?

#### *Una definición sobre comunicación*

Definir qué es comunicación tiene hoy dificultades peculiares. No hay definición totalizante que sirva de catalizador o justificación teórico-práctica. Hay intentos, más o menos felices, registrados por la historia de la filosofía y por algunos recuentos, más o menos actualizados, en materia de aportes de las llamadas Ciencias de la Comunicación. Hay caos, palabrería y desacuerdo, es decir, debate en plena ejecución plagado por investigaciones de orden diverso, unas más y otras menos comprometidas con la realidad social. Hay debate el pleno tramite cruzado con perspectivas inter, tans y multidisciplinarias donde la propia definición de la comunicación se pelea como propiedad de ciencias muy diversas. Hay para dar y prestar. Sin embargo, este haber no parece cristalizarse en acciones sociales organizadas que colegien, homogéneamente, las tareas de especialistas y los haga coincidir al menos en las luchas básicas posibles. Mucho menos hay (aunque las haya y muy dignas) experiencias ricas de participación de profesionales de la comunicación involucrados con la organización, crecimiento y ascenso de los trabajadores organizados, es decir, los productores reales de la riqueza. Y menos hay un movimiento internacional sólido capaz de oponerse al estado actual que guarda la comunicación en todas sus expresiones clasistas (con excepciones incipientes, por supuesto).

Definir la comunicación es también tarea de un programa para definirla de manera dialéctica y permanente. Definida en y por una praxis de consenso que ponga en claro, de una vez por todas, que las definiciones de escritorio suelen ser sospechosas si no presentan una praxis consecuente (no con los intereses individuales de su invento) con los intereses sociales de unas sociedades secuestradas por los monopolios comunicacionales para beneficio benéfico de los monopolios y de la esclavitud de conciencias. Definir la comunicación

como herramienta y lucha de tipo filosófico y político, de tipo tecnológico y poético, definir la comunicación como herramienta y lucha para que, de una vez por todas, triunfe el trabajo no alienado sobre la miseria fabricada por el capitalismo.

Una definición no es declamación de fidelidad.

*Comunicación (del latín «communicare», compartir, tener comunicaciones con alguien). Categoría de la filosofía idealista que designa una correspondencia gracias a la cual el «Yo» se descubre en otro. Su representación más plena se da en el existencialismo de Jaspers así como en el personalismo francés contemporáneo. Históricamente, la Teoría de la Comunicación se ha formado como contrapeso a la teoría del contrato social, la cual se remonta a la Ilustración. Los partidarios de la Teoría de la Comunicación (Jaspers, Otto Bollnow, Emmanuel Mounier) subrayan que el contrato social, en el fondo, es una transacción, un acuerdo por el cual los participantes quedan limitados por obligaciones mutuas, se perciben recíprocamente y se comprenden unos a otros sólo a la luz de tales obligaciones, es decir, de manera abstracta, impersonal. El contrato es un nexo que se apoya en una separación de hecho entre las personas. En cambio, la comunicación se concibe como una interdependencia conscientemente establecida, opuesta al contrato. «Contacto en vez de contrato», Félix Kaufmann. Se declara que el medio para establecer la comunicación es la controversia, durante la cual las personas se convencen de que lo que las separa son las normas comúnmente admitidas del pensar, y los aproxima aquello en que son distintos e individualmente únicos. Lo «individualmente único» está formado por los miedos subjetivos, las inquietudes y preocupaciones, cuidadosamente enmascarados, que las personas experimentan (cada una a su modo) y que les hacen sentir, en último término, su real pertenencia a un determinado grupo de la sociedad burguesa. Bajo esta luz, la controversia –la discusión– no resulta ser sino un medio para aclarar dicha pertenencia, y la doctrina de la comunicación, en su conjunto, una refinada forma para defender los lazos de casta y corporativos. Objetivamente, la Teoría de la Comunicación se enfrenta a la concepción marxista de la colectividad».<sup>1</sup>*

Comunicación<sup>2</sup> es, en primer lugar, una cualidad del trabajo y trabajo ella misma. Nada conduce a error mayor que convertir el concepto de comunicación, y su práctica, en demiurgo o fetiche de adoracio-

nes idealistas e individualistas, universal abstracto decorativo para discursos eruditos. La comunicación, a pesar de la diversidad de significados que la benefician y aquejan, es una producción humana concreta, realización de su ser individual-colectivo y problema magnífico que exige apasionarse críticamente por ella, con pasión científica, de expedicionario y amante. La comunicación es una forma superior del intercambio. Es *modo* de intercambio, modalidad del intercambio entre humanos, entre comunes, comunicar es “poner en común”, hacer de una comunidad, contrato patente o latente para la tensión dialéctica de la lucha de significados, trance social, más de dos.

La comunicación es obra humana definible sólo por su práctica social concreta. Es necesidad objetiva y subjetiva en práctica de exteriorización constante sometida siempre a determinaciones de lugar, tiempo y clase social que la definen dinámicamente asignándole un papel histórico concreto. Ni ángel ni demonio, ni Dios por sí misma. En muchos sentidos comunicación es obediencia de intereses. De todo tipo. Jamás es inocente. Es imposible e invalidable cualquier definición de comunicación que no tenga base económica objetiva.

Se entiende aquí como comunicación un proceso entre iguales (material, concreto y determinado) cuyo fin es transformar dialécticamente el intercambio de información en perfeccionamiento de la conciencia en puntos de acuerdo para alguna acción. Es decir, comunicación es lo que no conocemos aún, o conocemos muy precariamente, muy poco en la práctica real contemporánea. Es eso que no ocurre en el uso de medios electro-mecánicos, reproductores masivos de informaciones unidireccionales y mercantiles, usados como maquinaria de guerra ideológica para someter la conciencia y economía de las clases subordinadas: *Mass media*.

Se rompe la comunicación si se rompen sus condiciones. No se trata de un modelo ideal utópico, se trata de un proceso difícil, de un trabajo individual y colectivo, una “lucha” en estado de perfeccionamiento constante en el que se verifica claramente el estado de desarrollo social de los grupos. Proceso frágil, determinado históricamente, que se fortalece con la práctica de convenios entre actores liberados de toda forma de chantaje, usura, explotación. Comunicación implica

igualdad que sólo es real cuando socialmente se imponen determinaciones para evitar el beneficio de unos sobre las necesidades de otros. Es decir, comunicación es algo que ocurre en grados muy relativos en el marco de las sociedades capitalistas. Poner en común no es sencillo y es infrecuente, hoy por hoy, en sociedades con clases y relaciones humanas desiguales, enfermas que poco tienen en “común”, que lo que tienen más en común es su historia añeja de luchas. Y uno elige.

La comunicación es una actividad material, práctica y social. Es una actividad transformadora también de la naturaleza, de la sociedad y del hombre mismo. La comunicación es una actividad real, objetiva, a su vez subjetiva, conciente. La comunicación es una forma de actividad específica, pero no toda actividad es comunicación; es preciso remarcar que existen muchas formas de práctica social que no implican comunicación. Hay actividades y prácticas muy diversas “*acto o conjunto de actos en virtud de los cuales un sujeto activo (agente) modifica una materia prima dada*”. Pero no toda actividad busca o consigue la comunicación. La comunicación como actividad productiva, objetiva y subjetiva contribuye a transformar la naturaleza y a crea un mundo de objetos humanos o humanizados, es decir, a humanizar la naturaleza, pero a la vez contribuye a crear las relaciones sociales que crean ese mundo que ya no es el mundo de la naturaleza solamente sino que es también el mundo de seres humanos en relación (desigual y combinada) con otros seres humanos. Seres en *contacto* y no siempre *Comunicados*. Se objetiva el hombre también por medio de la comunicación y la historia humana, es así mismo la historia de la comunicación, pero sólo al operar para la construcción de relaciones humanas en consenso ocurre la comunicación. Hasta hoy la comunicación ocurre frecuentemente cuando se trata, por ejemplo, de identificar al *enemigo* para combatirlo, para cotejar coincidencia de métodos y armas. La lucha de clases impide la comunidad de intereses en una sociedad, la lucha de clases impone una lucha semántica, sintáctica que, hasta hoy, consiste, básicamente, en ganar adeptos para organizarnos mejor. El logro mayor de la puesta en común todavía no es cómo construimos el futuro entre todos, en pie de igualdad, sino como derrotamos a lo que nos aliena y explota. Eso pasa en

los polos de la lucha de clase de manera igual, aunque con herramientas distintas y conciencias desiguales.

La sociedad dividida en clases antagónicas tiene la comunicación social fracturada. Si la sociedad tiene luchas internas irreconciliables entonces tiene luchas semánticas, sintácticas y pragmáticas que expresan los intereses de las clases, los desequilibrios de las luchas, sus fortalezas y debilidades. Está rota la comunicación, y por lo tanto, está en dudas tal comunicación o al menos está bajo *sospecha*. Que hay de común en una sociedad dividida, ¿acaso la lucha misma?, ¿lo único que tenemos en común quienes vivimos en una sociedad dividida en clases es que luchamos y todo lo demás está fracturado?

El conflicto de las clases está en todo. Están en pugna ideas, corrientes, tendencias filosóficas, morales, económicas, religiosas y políticas, y eso implica una muy fuerte influencia de pensamiento y la conducta de generaciones y generaciones. Aunque cada época tenga ideas “propias”, distintas en algún modo de otras épocas, la fractura social en clases se ofrece como una constante incluso en momentos completamente diferentes. En la historia de la comunicación se tiene por constante la ruptura de la comunicación en virtud de los intereses de clases y como la comunicación no nace de nuevo con cada generación y lo que ocurre hoy descansa sobre los hombros de generaciones anteriores, toda característica de la comunicación actual está sellada por dialéctica de la oposición en la de clases contrarias.

Una experiencia de comunicación “nueva” (como la que algunos avizoran con el desarrollo de Internet, por ejemplo) repite modelos anteriores de comunicación, y rechaza otros, pero incluso en este acto de rechazo, esta experiencia nueva está condicionada por las anteriores. Y es que la búsqueda de algo “nuevo”, actualiza lo anterior de un modo particular para aprovechar sus mejores fuerzas. Experiencias que aparentemente se extinguieron resurgen, pero siempre sobre la base de sus determinaciones constantes y una de ellas, muy fuerte, es la de la lucha de clases. Y eso lleva a pensar que, en tanto no se supere semejante lucha, no habrá superación de la comunicación y que, en todo caso, la comunicación ha de ponerse al servicio de semejante superación.

Y es que en una sociedad dividida en clases la comunicación es, mayormente, comunicación de tendencias (advertamos que aquí se combate todo maniqueísmo, todo eclecticismo y toda la moral de los “dos demonios”). Aunque no sepamos o no queramos toda comunicación lo es de “tendencia” incluso. Nadie busca comunicarse con otro (otros) vacío de intenciones. Escribía Engels: *El padre de la tragedia, Esquilo, y el padre de la comedia, Aristófanes, fueron los dos vigorosamente poetas de tendencia, lo mismo que Dante y Cervantes, y lo que hay de mejor en la intriga y el amor, de Schiller, es que se trata del primer drama político alemán de tendencia. Los rusos y los noruegos modernos, que escriben novelas excelentes, son todos poetas de tendencia. Más creo que la tendencia debe surgir de la situación y de la acción en sí mismas, sin que esté explícitamente formulada, y el poeta no está obligado a dar hecha al lector la solución histórica futura de los conflictos sociales que describe.*

Comunicación es un proceso entre iguales que no admite reducciones. No debemos incurrir en equivocaciones sobre la igualdad y su práctica. Igualdad no es uniformidad. Igualdad se entiende aquí como consenso de voluntades libres, es decir, conciencia de las necesidades habilitada para transformar la realidad con pleno acceso colectivo a la producción y creación de signos, códigos y medios. Igualdad se entiende aquí como actualización del derecho ajeno en el marco de las prioridades propias. Como empeño por la felicidad concreta del otro que se empeña en la mía. La lucha y la conquista como valor ético donde la única supremacía deviene del trabajo socialmente desempeñado para el bienestar de todos. Igualdad concreta legitimada en creación de comunicaciones que fluyen sobre medios que son propiedad común, del contenido a las formas. Proceso irreducible al individualismo aunque de cada individuo se espere siempre aportes para el grupo. Proceso complejo, exigente y delicado que somete a examen permanente las destrezas y hábitos comunes necesarios para asegurar sus ciclos evolutivos. Posición de equidad en las relaciones de producción.

La comunicación social, según este intento de definición, es *impen-sable* en el capitalismo imperial. Lo que conocemos son grados de la

comunicación, desigual y combinada, que se expresan según los grados de desarrollo social. Lo que algunos grupos (sectores sociales) entienden o logran como ejercicios de comunicación, no necesariamente implican la comunicación entre una sociedad toda. Acaso comunicación de clase o de sectores que poseen los medios, los modos y las relaciones de producción para la comunicación. Lo que siempre está bajo interrogación es qué es lo que se pone en común. Si comunicar implica “puesta en común”, no basta el reconocimiento más o menos generalizado de códigos o señales para que, socialmente, se valide el intercambio entre iguales para poner en común necesidades y satisfactores. No basta el adiestramiento de un grupo para que responda a una orden o mandato del mercado dominante, de la política dominante, para que se configure un hecho de comunicación social.

Algunas de las experiencias avanzadas de lo que la burguesía llama comunicación y que se reserva para sí y entre sí (como videoconferencias y sistemas de video telefonía portátil satelital, autopistas privilegiadas, barrios cerrados con comunicaciones y transito restringido, trenes, aviones, barcos separados por clases... donde es posible que emisor y receptor posean códigos y medios habilitados para emisiones y respuestas en pie de igualdad clasista) prueban que el impacto tecnológico no alcanza para satisfacer la idea de comunicación, es decir, el proceso comunicación aquí expuesto y que este es irreconocible en la experiencia de la sociedad actual. Es decir, que no basta con que el modelo de comunicación sea verificado por una tecnología reservada para los poderosos, esa comunicación que sólo es transmisión de informaciones entre pares, no contiene aún la nota esencial de la propiedad comunitaria que incluye según mi definición a la sociedad por entero.

No bastan las respuestas uniformadas de consumidores, en la adquisición compulsiva de marcas o ideas, para que eso se llame comunicación.

Incluso los más obedientes y fieles seguidores de órdenes mercantiles e ideológicas, domesticados para la complacencia de los poderes esclavizantes, suelen tener en común nada. Suelen ser protagonistas del individualismo más esquizofrénico y los pleitos nihilistas más escandalosos.

Esto no implica que Comunicarse sea un imposible fatal. Quiere decir que Comunicarse es un acontecimiento social exigente, donde los sujetos de la comunicación disponen de ideas, medios, modos, estados de ánimo, relaciones sociales en condiciones de equidad, simultaneidad, compatibilidad. Cada sujeto de la acción comunicativa debe contar con todos los recursos para librar el intercambio en condiciones justas y libres, legales y legítimas, objetivas y subjetivas. Comunes, pues.

Según esta definición se puede inferir, acaso, que la comunicación ha sido *suplantada* para que abandonemos toda noción y esperanza de igualdad y comunidad, ha sido degenerada por un plan modelador de conciencias, planeado con el rigor de las armas y para el control social. Por una parte, presentar un mundo ideal de la mercancía donde es feliz quien se esfuerza en validar su *ser* por medio del *ser* mercancía. Por otra parte, hacer disfrutable la esclavitud. Contentos los sometidos, satisfechos con su miseria y contentos los sometedores, enriqueciéndose gracias al trabajo alienado de sus esclavos. Este esquema, como tal, expuesto de manera simplista es, en el fondo un mapa de la tortura intelectual a la que es sometida la población impunemente. Obra de un ejército de estrategias ideológicas rentados para la esclavitud, incluso la de ellos. Hay un plan maestro, se llama Capitalismo.

¿Cómo mantener *cerca* una masa humana proveedora de mano de obra barata, cómo explotarla y, al mismo tiempo, mantenerla en “orden”, es decir, sin que exprese capacidad alguna de organización, que sea dócil y resignada? ¿Cómo, en última instancia, “educar” a esa masa para que sirva a los propósitos de producir riqueza sin que se sienta dueña de ella, o mejor aún, que aprenda a respetar toda riqueza como ajena, como propia “naturalmente” de otros, como incluso, realidad reservada para algunos que no son ellos? ¿Cómo domesticarlos para que entiendan que la riqueza producida por ellos debe quedársela el patrón empresario, político o clérigo? ¿Cómo adiestrarla para que se desorganice, para que ignore su fuerza, para que desconfíe de sí? El capitalismo trata de contestar y resolver parte de estas preguntas y problemas ayudado por el aparato descomunal de su “Industria de la Comunicación” *mass media*.

En esta caracterización del papel de los *mass media* y desenmascaramiento de lo que el capitalismo propone como comunicación no falta el debate peregrino de algunos que reducen la discusión al problema tecnológico satanizandolo como estrategia para desviar la atención del fondo. Se camufla el plano ideológico estratégico tras un humanismo redentor que culpa a las máquinas de producir, como fetiches tribales, por sí mismos, males morales en los pueblos buenos. Se reproduce la vieja idea de destruir las máquinas porque esclavizan y “deshumanizan”. Está vivo también el debate y la lucha en torno a la ideologización de la tecnología si hay mensaje en el medio, si la tecnología es ideología. En estos debates el problema central del trabajo no alienado, como premisa mayor, no aparece. Como suele no aparecer la realidad laboral de los héroes mediáticos, especialmente los burgueses.

Desde sus crisis actuales el capitalismo se las ingenia para resolver el problema crucial de cómo convivir con una masa de mano de obra barata, creciente, empobrecida y desesperada, que es su enemigo permanente. Cómo mantener indiferente, desinformada, inocua la fuerza de millones, que generan riqueza para que el capital de unos cuantos se acreciente y mantenga a salvo. Cómo resolver la contradicción de necesitar trabajadores sometidos a cargas de trabajo descomunales, pagarles poco, con horarios y sueldos despiadados, sin que protesten. Cómo al mismo tiempo convencerlos de que su mejor y único destino es esa condición de explotación. Cómo convivir con el enemigo de clase, hacerlo útil a los intereses que lo denigran y mantenerlo diezmado, inmóvil, manso y, ¿por qué no?, feliz con su miseria y que la agradezca.

### **b) La comunicación como mecanismo de represión**

El secuestro de la comunicación bajo los estatutos de dominación ideológica burguesa es cuestión de importancia suprema porque se la usa como medio y fin para absolutizar la autoridad hegemónica del capitalismo en la vida cotidiana. Con ayuda de los *mass media*, nada se ve tal cual es, todo pasa a ser envuelto en un velo ideológico que

deforma los hechos reales para convertirlos en alfeñiques victimados por un vestuario de ideas jamás consensuadas.

Se trata de una especie de *religión* de envolturas, de fachadas, de cáscaras para impedir una *visión nítida*, sin intermediarios, interpretes ni traductores. Proscripción de la verdad en carnavales de suplantación que deja a la comunicación en estado de confusión permanente. Así, la comunicación pasa a ser estrategia política represiva. Es falso que todo sea sólo idea o sólo símbolo. Es falso que las formas y las actitudes sean la única manera de expresar pensamientos y emociones. La comunicación concreta, los hechos históricos y concretos son determinaciones no fatalistas de toda significación en lucha dialéctica. No se puede reducir la idea de comunicación únicamente al estereotipo de estadísticas.

Aunque la comunicación sea, históricamente, objeto de representación muy diversa, tal no pierde relaciones con el hecho original, la comunicación es un organismo viviente. Nos compete comprenderla, no sólo como producto de las relaciones humanas, sino como manifestación permanente del trabajo en relación con la materia, las ideas y las emociones en una época y sociedad concretas con circunstancias específicas y siempre colectivas. La comunicación compromete el concepto de punto de vista, pero no en su sentido subjetivo o individualista sino en el sentido que incluye culturas determinadas por la dialéctica de individuos y civilizaciones en comunicación conciente y constante sobre sus necesidades.

La comunicación nos atañe de manera ineludible porque en nuestra *relación* con ella nos reconocemos. Nada es más significativo para la comunicación que su desnudez con todas las cargas semánticas que hasta lo insoportable dotan, con polisemias, las apreciaciones hegemónicas que imponen su significación a espaldas del consenso. La comunicación como hecho colectivo implica una percepción del mundo bajo formas diversas que deben someterse a un examen colectivo permanentemente. Toda comunicación es una interrogación sobre nuestras percepciones. De muchas maneras la comunicación nos interpela y cruza directamente, no podemos ser indiferentes a su interlocución.

La desnudez de la comunicación nos retorna a un plano de reconstrucción dialéctica que equivale a ser visto como parte de los otros sin perder nuestro propio reconocimiento. Es inexcusable entender el tipo de convenciones que determinan el concepto de comunicación y la comunicación misma. Para analizar cómo la comunicación es entendida en una sociedad y cultura concretas, sin ignorar que comunicación y concepto cuentan con condiciones siempre en movimiento, en lucha por su significado frente a un marco de referencia preexistente que la determina y de la cual puede, o acaso, debe liberarse.

Y esto es, igualmente, un desafío cuya tarea incluye evaluar toda re-semantización. Re-semantizar es hacer visible una comunicación al margen de las determinaciones que hegemonizan un tipo de comprensión y un tipo de respuesta. Es renunciar a presentar la comunicación interpretada, traducida por un discurso alienante que le separa, divorcia, desgarrar de los hechos, de su historia y protagonistas. Arrebatarla al escamoteo, saldar la relación entre mirar y pensar sin los estatutos de los poderes que usan cualquier hecho para hacerse visibles sólo ellos. Re-semantizar es hacer visible las cosas invisibles tras el velo de ideológico de la fragmentación, el reduccionismo y los nihilismos, y no basta con exhibir hechos, hay que avanzar hacia el análisis de los hechos.

La medida en que una mano de obra barata y dócil representa un gran negocio es la medida en que se organiza y perfecciona una estrategia de control rentable en la que se invierten capitales exorbitantes como acompañamiento de la otra estrategia de inversión clave: las armas y los ejércitos. El proyecto de mantener a la masa trabajadora dócil y feliz resultó ser, además, rentable en todas sus direcciones, resultó autofinanciable. “Que la masa pague su propia droga” bien podría ser la consigna de algún ideólogo capitalista; que bailen, canten, se transporten y consuman y desarrollen una “cultura” de esclavos, no tiene por qué no ser negocio capitalista, y para eso se desarrolla una red de medios de adiestramiento masivos. Empresarial y capitalista también.

Las empresas de sometimiento ideológico masificado son parte de un arsenal de *guerra* y control que se diversifica y expande progresivamente. Esta es la base concreta para la distinción contemporánea

entre comunicación, Información y transporte. Especialmente su relación con el concepto “medios”.

Recibir información que es un hecho sensible e intelectual cotidiano no implica que tal sea propia, se apropie, ni se ponga en común.

Desde otro punto de análisis, no toda producción de información requiere estados de comunidad, no necesariamente u obligatoriamente debe ser de todos o para todos. La condición es que la sociedad libremente compare, analice y elija críticamente. Una sociedad libre, que pueda comunicar en pie de igualdad con los mismos medios, el estado de comunidad que asume ante la información mediada.

No la información que produce una minoría es necesariamente importante para una mayoría pero ¿quién decide esto? No todo proceso de comunicación necesariamente involucra el interés de una comunidad toda, pero ¿quién decide? Hay comunicación entre pares que no implica libertad para todos. ¿Quién sanciona?

### **c) Intercambio y comunicación**

La especie humana, al sintetizar su experiencia dialéctica, emana del proceso necesidad-satisfactor en la creación de herramientas, salta a un estado nuevo plagado con necesidades nuevas. El cúmulo de sus intercambios también enfrenta necesidades nuevas y se obliga a generar satisfactores nuevos. Es en este marco, el marco mismo de los intercambios, donde el trabajo experimenta jalones cualitativos, donde el intercambio de información hace saltos cualitativos de comunicación. El surgimiento del lenguaje también es un salto cualitativo que obedece a una dialéctica instrumental de tipo nuevo indisociable de la producción de herramientas.

Nada hay en comunicación que no sea, al mismo tiempo, herramienta. La propia construcción de una nueva conciencia del intercambio, que cambia cualitativamente el intercambio de información, da materialización a un proceso nuevo en la producción de herramientas de comunicación. Es inaceptable la idea peregrina que flota en muchas teorías, de una generación espontánea de la comunicación o el lenguaje.

La determinación del proceso “necesidad-satisfactor” sobre el surgimiento de un nuevo intercambio de comunicación, vinculado este íntimamente al nacimiento de las herramientas y al nacimiento de la conciencia, presenta un paisaje de complejidad nueva donde los seres humanos inician procesos nuevos, también de identificación de sí ante el universo. Esto probaría la unidad dialéctica indisoluble de lo particular con lo general. Esto establecería la necesidad de una reformulación dialéctica del significado del intercambio como categoría filosófica concreta, redefiniéndolo como factor central del desarrollo y de la identificación de la conciencia, como parteaguas epistemológico, como resorte estético fundamental y como paradigma central en el entendimiento de todo contenido y forma de Comunicación.

Como el intercambio no puede ser estudiado al margen de la dialéctica “necesidad-satisfactor”, los métodos de análisis y producción en comunicación están obligados a reelaborar teorías y prácticas concretas dedicadas a explorar el impacto, influencia, movilidad y transformación que el intercambio procura a la conciencia toda y a sí mismo. El intercambio, en todas sus expresiones, fija notas esenciales para la socialización. No es su único motor. Es, en todo caso, uno de los componentes centrales que expresan el cómo y por qué de la búsqueda permanente entre seres humanos, la búsqueda del otro con algún fin material o espiritual concreto, incluso, a veces, confuso. Es en el intercambio donde están las claves de un comportamiento que, históricamente, se ha hecho complejísimo y que ha diversificado sus expresiones hasta casos incontables. En evolución permanente el intercambio es siempre determinante y determinado por los elementos de su mediación. La lucha de clases.

El intercambio como producto de la relación “necesidad-satisfactor” crea medios, es decir, los seres humanos para satisfacer sus necesidades producen intercambios en los que se suscitan como satisfactores, medios, mediaciones, intermediarios. Al emerger un medio, a su vez como respuesta a una necesidad, este emerge determinado por el plano originario de la necesidad que lo crea y nace determinado por una necesidad peculiar adicionada: la necesidad de perfeccionarse en la práctica.

El medio no debe instituirse estáticamente, no puede, está en su ser la urgencia de transformarse dialécticamente para perfeccionar el flujo de informaciones perfeccionándose a sí mismo. El medio durante los procesos de intercambio no está inmóvil ni es inocente, se somete a un oleaje de intereses en los que participa el carácter práctico de los intereses de cada emisor, de informaciones concretas. El medio requiere una plasticidad no ambigua, requiere para ser obediente a su propio grado de progreso, una capacidad de sensibilidad y transmisión de oleajes informativos tan amplia y dúctil como su propia razón histórica. Sino fracasa y debe surgir otro medio y otro proceso de mediación.

El intercambio que da base a toda forma de comunicación es un acontecimiento económico que tiene balances muy delicados. Se intercambian ideas, códigos, formas, pasiones... Sin él es imposible la puesta en común, sin él es impensable el desarrollo social. El intercambio admite, junto a la diversidad de mercancías, valores, una diversidad de emociones. El intercambio no se agota con esquemas mecanicistas. El intercambio produce redes complejas de relaciones humanas y espectros amplísimos de flujos y reflujos uni y multidireccionales. De la sutileza de ciertos gestos a la complejidad táctica y estratégica de los movimientos sociales, de dominación o de liberación. El intercambio, desde su base en los procesos de Comunicación, faculta y examina la veracidad de la comunicación misma. Es a través del intercambio que sabemos el estado real de los intercambios, su pie de igualdad, su flujo y reflujo permanente y dialéctico; cuánto de tales *fluirs* y *refluirs*, verdaderamente, hacen comunicación, cuánto realmente se pone en común.

La comunicación es también una forma superior del intercambio. Lo que en la comunicación implica ensamblaje de comunidad, puesta en común, en el intercambio implica flujo. Aunque no implique comunidad necesariamente. La comunicación, la puesta en común perfecciona la acción del intercambio y perfecciona la idea de sociedad. Toda tergiversación de estos factores, voluntaria o no, es ejemplo de un proceso de crisis que, como en el capitalismo imperial, expresa

un estado perverso y patológico: el intercambio más desigual con la información más deformadora y *comunicación* menos en comunidad.

Es información lo que se intercambia como una *mercancía* producida por la experiencia práctica en estado de verificación social. Datos sensibles organizados por la conciencia en secuencias de imágenes y conocimiento que se encadenan espiralmente. La información es el producto del trabajo de la conciencia en relación dialéctica indisoluble con los sentidos y con la naturaleza toda. Información es masa de datos que, gracias al trabajo de la conciencia, se ordena con patrones de desarrollo desigual y combinado determinado social e históricamente por el grado de avance social. Información es *materia prima* producida por los sentidos para reflejar en imágenes sobre la conciencia, la naturaleza y la realidad tal como son percibidas y transformadas por la conciencia misma y es también producción de la conciencia es la materia organizada sensorialmente con la que la humanidad trabaja su propia identidad tras un proceso que, a saltos cualitativos, convierte información en transformación del mundo gracias al carácter social del intercambio y al carácter cohesionante de la comunicación que terminan siendo cultura, arte y poesía, entre otras cosas. La información también es forma superior de la materia transformada por la conciencia humana.

Así como intercambio no implica por sí mismo comunidad, información no implica comunicación por sí sola. El proceso de Intercambio de información cuando se perfecciona y formaliza en estado de propiedad colectiva, cuantitativa y cualitativamente, se hace comunicación. La comunicación, que tiene en su base la relación “necesidad-satisfactor”, su carácter histórico de herramienta social y la determinación del intercambio ya hecha producción humana, es además, proceso de cada una de sus cualidades en lo específico y en conjunto, capaz de sustentar y sustentarse en el principio de solidaridad humana más enigmático y profundo.

#### **d) La ilusión de la comunicación**

La “fábrica de ilusiones” negocio de los dueños del circo mediático, los payasos mediáticos el público decorativo, consumidor y acrítico no son la comunicación que aquí se expone y propone. No deberíamos creer que lo ingenioso, erudito y rentable de cierto desempeño en los *mass media* los habilite para ser y hacer comunicación. El discurso imperante, la moraleja reiterada, el adiestramiento para la mansedumbre y el alimento inclemente para la moral de esclavos son uno y el mismo: consumir lo que el capitalismo produce para paliar su crisis histórica. Eso tiene en los medios de comunicación (trenes, autobuses, barcos, teléfonos, Internet, TV, prensa, cine, radio, etc.) sus expresiones más odiosas. El interés común, es decir, el de las comunidades, no ha sido premisa para decidir el trazo de vías de comunicación marítima, carreteras ferroviarias, ni para el tendido de redes telefónicas, telegráficas o ciberespaciales. Ha imperado el criterio mercantil empresarial que logró subordinar la complacencia de estados y gobiernos cómplices de la usura. No hay plebiscitos para ver que comunicación se requiere, cómo se cuida, cómo se defiende de los buitres.

No hay límite para la ridiculez, la indignidad. Publicidad tampoco es comunicación.

No hay comunicación en el mensaje de un fabricante que alquila servicios de profesionales para comprar tiempo o espacio, en uno o varios medios, con el objetivo de incrementar ventas o *narcotizar* al público. No hay comunicación en un medio mercenario que vende espacios y tiempos al mejor postor sin importar el impacto del contenido del mensaje y sin su sanción colectiva. La dictadura del *rating* y el *zapping* no son expresión de la libertad de elección, son estética histórica de la saturación. No hay comunicación, no podría llamarse comunicación, como aquí se invoca, al discurso de la democracia burguesa, que tiene por fin último concreto la práctica de cuidar la riqueza de los patrones a cambio de concesiones corruptas, a cambio de narcotizar al electorado.

No hay comunicación porque no hay igualdad alguna para discursos iguales.

No hay comunidad del decir el cómo y a quién.

No hay comunidad de códigos. Medios, ruidos y signos.

No hay comunidad distributiva del producto de la riqueza mediática.

No hay comunidad en la propiedad de ideas, medios y fines.

En el estado de desarrollo social vigente ¿cómo y cuándo se verifica realmente la comunicación si toda o en partes no constituye un proceso al que comunitariamente se pueda acceder sin restricciones en lo material y en lo intelectual? ¿Cuándo ocurre la comunicación si toda o en partes está limitada por ejercicios de apropiación de códigos, medios, culturas y beneficios ideológicos y económicos? ¿Dónde esta la comunicación, tangiblemente, en la práctica?

El desarrollo social supone también el desarrollo de los medios y los modos para producir información, conocimiento y la habilidad humana para comunicarse, ese proceso está, al igual que todos los procesos sociales, en estado de invención y perfeccionamiento constante. En sentidos múltiples. El modelo económico dominante frena el desarrollo social y estimula es desarrollo sectario de los medios de comunicación, el desarrollo de los medios tecnológicos exclusivamente, el de las formas, el de los soportes, los significantes. Tal desarrollo fragmentado, el de una parte, desde luego no implica desarrollo coherente del todo. Peor aún, desarrollar una parte de un proceso complejo produce deformaciones que pueden ser monstruosas tal cual ocurre con la comunicación, con la definición enmascarada ideada por el sistema que llama comunicación a su proyecto de esclavitud ideológica y que no se agota en los *mass media* sino que, pasa a colonizar todos los campos de la actividad organizada de tal manera que el modelo ideológico de la comunicación inventada por el sistema, impregna con sus paradigmas la vida social segmentada del capitalismo. Así, en fábricas, oficinas, iglesias, etc. la idea de comunicación posee el mismo carácter distorsivo que aleja la idea y acción de toda organización hacia una producción colectiva, comunicativa y organizada libremente.

El estado de atraso de los procesos de comunicación, que no de ciertos medios, es reflejo del estado de atraso social todo. En algunos campos del arte y de la experimentación expresiva se dan ciertas cla-

ves para el desarrollo de formas de comunicación “rebeldes” pero no habrá desarrollo real hasta que no haya desarrollo social pleno, es decir, transformación radical de toda determinación que cancele lo mejor de los seres humanos en benéfico de algún negocio privado. El desarrollo tecnológico para la transmisión de información no implica desarrollo de la comunicación, no son lo mismo. El perfeccionamiento de la comunicación sólo es posible en formas de organización social desarrolladas donde se cumplan las condiciones humanas de participación igualitaria. Ésto, que tiene raíz filosófica profunda, también debe tener ramas programáticas concretas.

El desarrollo de la comunicación emergerá de la crisis misma de los modelos vigentes, incompletos y excluyentes que transmiten informaciones (órdenes) hegemónicas para domesticar a la masa salvaje de trabajadores necesarios para la producción de la riqueza y enceguecidos ante ella.

Comunicación es producto y coautora del proceso histórico complejísimo que ha llevado a la humanidad a ser lo que es, con aciertos y calamidades, objeto de estudio que ha sido victimado por toda clase de reduccionismos, academismos y mercantilismos. Botín y esclava de voluptuosidades variopintas en las refriegas más estrambóticas para vender ideologías, esclavitudes y vanidades. Y también, como muchas otras formas de la *propiedad colectiva* (de lo que pertenece a la humanidad), privatizada, malversada, tergiversada y desfigurada al capricho de triunviratos de toda época y laya: clericales, gubernamentales o empresariales siempre monopólicos, todos.

Comunicación no es lo mismo que medios de comunicación aunque se sirva de ellos. Se trata de una distinción del tipo contenido y forma. Aunque, más precisamente, potencia y acción en transformación dialéctica. Distinción, por su parte, que no significa división, fragmentación, atomización. La producción comunicante es indisoluble de los medios que se eligen o crean, como vehículos para el intercambio, como es indisoluble del resto de los factores de la producción comunicante: códigos, lenguajes, ruidos y demás. Como es indivisible la relación habilidad para el trabajo y herramienta.

Todos los medios de comunicación, desde la palabra hasta la imprenta, incluidos los puentes, caminos, teléfonos, telégrafos, televisión, radio, cine, etc. tuvieron y tienen aplicaciones sociales y contradicciones de clase muy diversas. Desde la comunicación militar hasta la comunicación empresarial que se cruzan y confunden.

La comunicación es una necesidad y práctica constitutiva del tejido de las relaciones sociales. Proceso de intercambio de informaciones. Trabajo productor de herramientas intelectuales y materiales, en la dialéctica necesidad satisfactora para la construcción de la cultura. Comunicación no son los medios aunque se insista desde las palestras más diversas. Comunicación no son los medios aunque su función estratégica sea igualmente central para su actuación mediática ante las sociedades. Comunicación no es sólo forma. Comunicación no son los medios, aunque ciertas interpretaciones vivan de fetichizarlos.

Comunicación es la potencia del intercambio, capacidad y talento humanos desarrollados históricamente en la lucha por la sobrevivencia. Produce el intercambio que es su expresión como proceso de trabajo: la comunicación es trabajo.

En la medida en que las relaciones sociales se complejizan en el intercambio de mercancías, se complejiza la comunicación necesaria que objetiva el universo de intercambios y que le da nominación codificada. La comunicación como habilidad y potencialidad se fragua y crece al mismo tiempo que crecen las habilidades de la mano y al mismo tiempo que se complejiza el tramado de los intereses sociales. Esta complejidad hace de la comunicación una unidad diversa, una unidad que se torna muchas comunicaciones simultáneas; tantas como exigencias tienen el intercambio de bienes, de gestos, de emociones, de miedos y esperanzas. La comunicación se multiplica gracias a las ideas y no sólo a la mediaticidad.

La comunicación explota en nevaduras dialécticas por donde fluye un ir y venir de informaciones, sensoriales y conceptuales, que van construyendo las espirales del intercambio, del individuo con su entorno y del individuo con los grupos hasta ofrecer producciones objetivas y subjetivas nuevas al fragor de la praxis. La comunicación es cualidad necesaria del trabajo. Avanza cuantitativamente con sus

ensayos y errores en repeticiones para dar saltos cualitativos que se expresan en el desarrollo de lenguajes, formas de expresión: Comunicación.

Hay comunicación (en sentido estricto) sólo cuando hay intercambio de información (actualizada en bienes materiales o espirituales) bajo condiciones de igualdad, y sólo cuando el intercambio se supera cualitativamente en praxis coincidente que mueve socialmente a transformar un hecho de consenso objetivo, concreto, dialéctico. Si no mueve a la sociedad en su conjunto el concepto de comunicación está en crisis. En este sentido la palabra comunicación, que alude a un estado de comunidad respecto a algo, supone estado de comunidad respecto a la información, la experiencia, la emocionalidad con sus valores intrínsecos y contextuales; pero también alude al estado de comunidad respecto a los medios, su valor de herramienta, sus condiciones técnicas, su accesibilidad y subordinación.

El estado de *comunidad* implica por su parte un “estar en común” no sólo en el campo de la comunidad semántica. Implica estar en común el régimen de propiedad, de disponibilidad igualitaria para la dialéctica social del intercambio libre. El acuerdo común para la movilización y la transformación de la realidad. Siempre en la práctica. Nada hay común, para la comunidad y la comunicación, en tanto el pie de igualdad necesario para el intercambio esté viciado por alguna forma de limitación que determine la hegemonía de algún actor o factor de la producción. El proceso de comunicación es exigente porque determina claramente que pie de igualdad exige. Porque exige la prueba de la práctica sostenida y dialéctica. No implica uniformidad, porque intercambio no implica sólo relaciones *mercantiles*, porque comunidad implica unidad de la diversidad y conciencia socializada de las necesidades materiales, espirituales y emocionales.

Todo hecho de comunicación para serlo exige la concentración actual y potencial de todas esas categorías que la definen íntegramente. Su grado de perfeccionamiento histórico, hasta el punto en que se encuentra hoy, da ya requisitos inalienables para orientar su papel contemporáneo en el tejido social y la exigencia desde la cual debemos modelar un marco crítico. Es decir, que lo que no satisface los

requisitos de este hacer humano no debería llamarse comunicación, que deberíamos evitar el equívoco que pone la parte por el todo y mente (filosóficamente hablando) cuando hace pasar por comunicación lo que es sólo transporte de información. Imposición de cierta *información*. En muchos casos transporte autoritario, mercenario, mercantil y esclavizante.

Dicha concentración actual y potencial de categorías en comunicación implica la presencia de las causas y los alcances. No se produce la comunicación sólo para validar sus virtudes para el intercambio. La comunicación posee siempre una finalidad que no se agota en el hecho inmediato. La comunicación es también práctica transformadora estimulante de procesos de construcción subjetiva que no tiene por fin sólo la acumulación de informaciones. Comunicación supone respuesta elaborada comunicacionalmente. Implica una expectativa de transformación que somete toda información a una dialéctica, siempre actualizadora, donde las posiciones entre emisor y receptor se intercambian permanentemente y donde ambas figuras son productores del proceso y el producto. Por eso nadie puede ser dueño exclusivo del proceso ni del producto. Dadas las condiciones de concentración de los elementos exigentes que definen a la comunicación la única forma de propiedad es la *propiedad* común, que deja de ser propiedad como se entiende: objetiva, práctica y dinámica.

Un proceso de comunicación tiene siempre origen y destino diversos. Ni hay un origen único ni un destino único. El proceso de comunicación, además de proceso en estado de construcción permanente, es intercambio que se enriquece con la praxis transformadora material y espiritualmente. La comunicación, logra en pie de igualdad, cumplir la tarea del intercambio pero no por el intercambio mismo. La comunicación para serlo es confrontación con la realidad en una práctica de transformación que supera, sin omitir, los intereses de los actantes individuales y colectivos en el proceso. Eso quiere decir que nadie comunica, desde una realidad individual, exclusiva, única; que nadie traba relaciones de comunicación desde una posición igualmente única, abstracta, individual o exclusiva y nadie puede, en tales términos, construir terceras realidades exclusivistas, únicas o marginales.

La comunicación para serlo actualiza el todo histórico en cada actor que mutando de receptor a emisor actualiza su individualidad en la sociabilidad, si y sólo si, es pertinente con el contexto. Incluso para mentir. No hay comunicación real si no actualiza el futuro como un posible común y libre. De otra manera la comunicación no ocurre, y si algo ocurre eso suele poner la voluntad de uno de sus actores al margen.

Esa realidad, donde se buscan las condiciones de igualdad para el intercambio comunicacional, la produce sólo el trabajo no alienado. No significa esto que dicha realidad se presente creada por el trabajo en condiciones idóneas. Es preciso aclarar que el grado de exigencia que la comunicación impone para verificarse plenamente no deviene de un estado ideal Platónico, desde un mundo donde ya existe la armonía comunicacional perfecta, ni deviene de una utopía o idealización que sirva de coartada para llorar plañideramente las calamidades sufridas por la comunicación. La comunicación *plena* es posible y es posible sólo en una sociedad plenamente transformada. Es decir, en condiciones de un desarrollo social no esclavizado. Una sociedad capaz de ponerse en común ella misma.

La comunicación, como aquí se expone, contiene ese germen “político”, esa noción de sociedad igualitaria donde el intercambio de información materializada en bienes o servicios no se agota con la satisfacción inmediatista de necesidades, sino que tiene a una superación dialéctica en la transformación permanente de sus realidades. Físicas y Psíquicas. En tanto que la comunicación es intercambio, está sujeta a condiciones sociales concretas. El devenir humano, que ha escalado de manera errática conquistas y fracasos, tiene con la comunicación conquistas y fracasos de todo tipo. Incluso en los logros más reputados de la Historia de la Comunicación cabe una lista de contradicciones fundamentales para entender el devenir pasado y el futuro de la comunicación toda y de sus formas de mediación.

La contradicción más evidente, por amplia y medular, es la contradicción de clases sociales. Las sociedades de clases en sentido estricto, no admiten el concepto de comunicación más que para su clase y eso con deformaciones múltiples. Es imposible el intercambio de

bienes materiales o espirituales en sociedades que no tienen base de igualdad para, virtualmente, ningún intercambio. Ni el intercambio de palabras, ni el intercambio de simpatías y mucho menos el intercambio de mercancías. Es ineludible señalar el hecho de que las formas y contenidos de la comunicación en las sociedades divididas en clases poderosas y sometidas están signados por la impronta de clase. A propósito hay quienes defienden la idea de que sí es posible la comunicación al interior de las clases y deberían llamarla por su nombre nunca comunicación social... a menos claro que por sociedad sólo entiendan la de su clase. Y el resto no quepa, no exista, no sea “social”.

En otro sentido, la comunicación generada bajo condiciones de trabajo alienado expresa, al menos, dos características dominantes. Una, la que muestra formas de intercambio viciadas por la desigualdad a las que se les llama comunicación siempre sin rigor y siempre referida a la comunicación intra-clases. Es decir, la comunicación al interior de las clases que poseen medios para la “Comunicación” como ellos la entienden. La otra característica es la que pondría en evidencia, ateniéndose a nuestra definición de comunicación, la ruta del ascenso en las conquistas sociales en materia de comunicación, entre lo deseable y lo obligatorio, trazados por la propia mano de las necesidades colectivas en proceso permanente de maduración. La semiótica revolucionaria.

Que no hay comunicación en las sociedades clasistas lo prueba directamente el régimen de propiedad de los medios para la comunicación o, si se prefiere, las herramientas para la comunicación. El despojo generalizado en que viven desde siempre las clases sometidas también es despojo de comunicación. La miseria toda, con sus implicaciones más desgraciadas y severas, es igualmente miseria en la comunicación de los pueblos sometidos a un tránsito desigual y perverso de información, donde los modos de producción comunicante y sus medios padecen las mismas injusticias verificadas en la práctica económica general.

La cuestión se expone aquí en la misma línea en que se exhibe el despojo en su sentido más amplio a la vista de todos. Despojo que indica cancelación de derechos, imposición de obligaciones, impuni-

dad generalizada y represión sistemática. Pero despojo no implica inacción de los despojados ni incapacidad de organización y respuesta por más que ésta sea lenta o viciada por sus propios atrasos y limitaciones. El despojo no implica incapacidad de contraofensiva y capacidad creativa para la gestación de formas nuevas de comunicación que acompañen y se perfeccionen al ritmo del perfeccionamiento de las luchas contra la miseria y la usura. Es decir, la transformación definitiva de la sociedad toda.

El debate entre capital y trabajo es un debate también sobre la distribución de la riqueza comunicativa, sus condiciones objetivas de producción y el desarrollo de la producción y propiedad de las herramientas para la producción comunicante. La realidad ha sido contundente y desastrosa. Lo mismo para la comunicación posible entre las clases dominadas y lo mismo para los sistemas de transmisión o imposición de modelos informativos, desde las clases dominantes hacia los dominados. En las iglesias, las escuelas o las oficinas. Simplemente no existe pie de igualdad ante las necesidades y creaciones comunicativas de la sociedad en pleno.

En comunicación, de nuevo, en el sentido que aquí se propone, ninguna producción humana es individual. No hay código posible sin base social. Signos, lenguajes, información y mensajes surgen y sirven para un ser social que los engendra y los necesita en retorno dialéctico permanentemente. ¿Por qué ocurre entonces la separación teórica de los elementos para la comunicación, es decir, a quién le sirve? ¿Cómo se caracteriza la contradicción propiedad privada de los medios para la comunicación? ¿Cómo surge, cómo se comporta, como se refuta?

Pensar la comunicación implica pensar críticamente en los medios para la comunicación. Antes de actualizarse mediáticamente la comunicación, en tanto función necesaria y herramienta del ser humano, ocupa un lugar crucial para la construcción de las relaciones sociales.

Todo conocimiento que la humanidad produce contiene necesariamente el germen de la comunicación. La comunicación es herramienta del trabajo social determinado socialmente que se expresa indivisiblemente en formas, contenidos e intereses muy diversos. Es trabajo

y herramienta socialmente determinado por el marco filosófico de donde dimana y por los intereses de clase a que responde. No hay comunicación sin filosofía. Su conflicto central es la libertad. No hay comunicación plena capaz de responder a los mandatos dialécticos de la transformación social si no hay conciencia de las necesidades comunicacionales colectivas, programas conjuntos para el desarrollo de las habilidades comunicativas y crítica permanente del hacer comunicacional de los medios, los modos, la estética y la ética. Al margen de esto lo que hay es individualismo, autoritarismo y dominación cultural. Y ya hemos tenido bastante.

Que el término comunicación tenga hoy un lugar distinto al que tuvo en otros momentos de la historia no hace suponer que las operaciones de la Comunicación no estuvieran igualmente presentes en la actividad social desde siempre. El lugar actual del término comunicación, su buena prensa, obedecen a una estrategia desarrollada por el capitalismo para confundir la comunicación con los púlpitos cotidianos más eficientes para la tarea de publicitar bienes, servicios y valores morales burgueses. Pero no es la comunicación-trabajo colectivo y herramienta la que tiene buena prensa, son la histerización formalista de los medios privados para la propagación publicística, es la exageración fragmentarista de la parte en lugar del todo, la herramienta sin el trabajo, el producto sin el proceso. El objeto comunicándose con objetos sin la presencia de sus productores. Se trata de estrategias religiosas, militares, políticas y empresariales burguesas para hacer pasar el mundo por el ojo de la aguja mediática.

La práctica monopólica de ciertos medios que atiende a formatos mercantiles desinteresados por la libertad humana se ubica en posición contradictoria con la comunicación misma y con el desarrollo de las sociedades; eso tendrá su costo real desde los términos hasta las acciones. Tales medios de “comunicación” se llaman así como parte del engaño orquestado para confundir el todo con la parte. Son, en realidad, medios para la publicidad o la propaganda ideados, desde su base tecnológica, para la emisión unidireccional y autoritaria altamente militarizada, con una ideología tecnológica de progresismo neoliberal, cuyo diseño e idea de no incluye otra respuesta o *feed back* que

la respuesta del consumo y la modorra social. Individualismo y comunicación son términos que se excluyen. Nada en lo individual, por y para exclusivamente lo individual hace comunicación. En última instancia lo individual no existe o existe relativamente sólo si legitima su ser en la condición humana de la suma, la asimilación a otros, el aporte a otros y la dialéctica del individuo, que lo es sólo por que primero es ser social.

### e) Eso que se llama “Ciencias de la Comunicación”

*No se puede cargar para siempre con el cuerpo de tu padre.*

*Hay que dejarlo en compañía de los otros muertos.*

*Hay que recordarlo y lamentarlo, hablar de él con admiración.*

*Y al convertirnos en padres, debemos esperar que nuestros hijos  
no carguen eternamente con nuestro cadáver.* Guillaume Apollinaire

¿Cuáles son esas Ciencias de la Comunicación<sup>3</sup>? ¿Son ciencias de porque le *pertenecen* (están dentro) o porque le ayudan (desde afuera)? ¿Cómo se interrelacionan, desde cuándo, desde dónde? ¿Cuál es su objeto de estudio? ¿Para qué sirven?

Pensar la “comunicación” es un asunto de “larga data”. Uno bien puede identificar una serie muy rica de contribuciones que, a lo largo de la historia humana, refieren ideas más o menos sistematizadas sobre la “comunicación”; qué es, cómo se desarrolla, qué le aqueja, etc. Hay aportes que, desde disciplinas o ciencias diversas, recalcan en el *problema* de la comunicación ya sea directamente, ya sea tangencialmente, y es perfectamente posible, si se tienen recursos necesarios, elaborar una antología de ideas en materia de comunicación que sumará no pocos tomos. Una de ellas, por ejemplo, la de Jaime Goded.<sup>4</sup>

Han pensado la comunicación los filósofos y los psicólogos, la han pensado los biólogos y los entomólogos<sup>5</sup>, la han pensado los artistas y los tecnólogos y hay tal variedad de abordajes, tan contradictorios y tan variopintos, según las épocas y las sociedades donde se ha pensado, que se hace necesario tener una *brújula* muy precisa para no per-

derse, confundirse o agobiarse con tantos autores, escuelas, tendencias, debates y jergas. Visto en perspectiva, el cúmulo de aportes al conocimiento de la comunicación puede parecer anárquico (y lo es en muchos sentidos) y puede parecer una tarea ociosa, de erudito coleccionista, hacerse una cultura profunda sobre semejante desarrollo del pensamiento. Depende de cómo se estudie, para qué y con qué metodología. Es hasta el siglo XX que a alguien se le ocurrió un cuerpo de conocimientos llamado “Ciencias de la Comunicación”. *El primer libro en el que se propone explícitamente una epistemología de la comunicación es Cibernética, de N. Wiener, entregado en 1948 a la casa editorial francesa Hermann y publicado en París. El libro se subtitula “Sobre el control y la comunicación en el animal y en la máquina”. Anuncia el nacimiento de un nuevo modo de conocimiento, aplicable al estudio de todos los organismos (técnicos o biológicos) y de todas las organizaciones (sociales o mentales), es decir, de las entidades que ahora denominamos “sistemas”. Dos años después, C. Shannon, discípulo de Wiener, publica con W. Weaver en la editorial de la Universidad de Illinois La Teoría Matemática de la Comunicación. En este texto, tanto el concepto de “influencia o control del medio sobre el sistema” como el de “organización o funcionamiento del sistema” se hacen operacionales y calculables, recurriendo a la medida de la información”.*

¿Se trata de un cuerpo de conocimientos científicos joven? Algunos, refiriéndose a la escuela norteamericana, dicen: “*Los primeros estudios fueron llevados a cabo en 1910*”<sup>6</sup>. Pero los Mattelart dicen: *Hay que remontarse al final del siglo XVIII para encontrar en Adam Smith (1723-1790) la primera formulación científica. La comunicación contribuye a organizar el trabajo colectivo en el seno de la fábrica y en la estructuración de los espacios económicos (...).* Tal cuerpo de conocimientos no nació de la necesidad de ordenar el acervo para impulsarse hacia una ciencia contemporánea sino de la necesidad de algunos sectores por aprovechar ciertos avances “científicos” para obtener el control de las organizaciones sociales: La Universidad de Chicago con Charle Cooley, (interaccionismo simbólico, teoría del ser social y opinión pública); John Dewey (fusión entre la ciencia y la

participación de la comunidad); Hebert Mead (teoría de la formación social del sí), pero serán conocidos como “padres de la comunicación”<sup>7</sup> son Paul Lazarsfeld (matemático, sociólogo), Kurt Lewin (psicosociólogo), Carl Hovland (psicólogo).

Así, al hablar de “Ciencias de la Comunicación” uno ya puede empezar a matizar; se trata de cierta suma de conocimientos que, bajo cierta idea de “Ciencia” y cierta idea de “Comunicación”, un grupo de tratadistas reúne para *proponer* un cierto tipo de intervención en las organizaciones sociales.

Durante el “Primer Encuentro Latinoamericano sobre la Enseñanza de la Comunicación”, organizado por la Universidad Autónoma Metropolitana de México en 1978, se caracterizó la existencia de “tres ejes teórico-metodológicos dominantes en comunicación”. A saber: funcionalismo, estructuralismo y marxismo (dominantes no implica únicas y si implica, además, con mezclas). Es decir, al menos tres *ciertas maneras* de entender y caracterizar a la comunicación. Tres *ciertas maneras* distintas con no pocas limitaciones y en combate entre ellas, especialmente en combate la dupla funcional-estructuralista contra el marxismo. De esta caracterización Michele Mattelart y Armand Mattelart (presentes en aquel encuentro) dieron, más tarde, cuenta clara en su *Historia de las teorías de la comunicación*.

---

## NOTAS

1. *Diccionario soviético de filosofía* (Ediciones Pueblos Unidos, Montevideo, 1965).

2. Comunicación. ((Del lat. *communicatio*, *-onis*).). 1. f. Acción y efecto de comunicar o comunicarse. 2. f. Trato, correspondencia entre dos o más personas. 3. f. Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor. 4. f. Unión que se establece entre ciertas cosas, tales como mares, pueblos, casas o habitaciones, mediante pasos, crujeías, escaleras, vías, canales, cables y otros recursos. 5. f. Cada uno de estos medios de unión entre dichas cosas. 6. f. Papel escrito en que se comunica algo oficialmente. 7. f. Escrito sobre un tema determinado

que el autor presenta a un congreso o reunión de especialistas para su conocimiento y discusión.

**8. f. Ret.** Figura que consiste en consultar la persona que habla el parecer de aquella o aquellas a quienes se dirige, amigas o contrarias, manifestándose convencida de que no puede ser distinto del suyo propio. **9. f. pl.** Correos, telégrafos, teléfonos, etc. <http://www.rae.es/>

**3.** “Entre los principales exponentes, se encuentra el alemán Wilburg Scramm, afirma que la comunicación no es una ciencia, sino una encrucijada de disciplinas (matemáticas, filosofía, sociología)”. <http://www.monografias.com/trabajos12/fundteo/fundteo.shtml>

**4.** Jaime Goded, *Antología de la comunicación*, México, UNAM, 1980. (Col. Lecturas Universitarias).

**5.** *La Epistemología de la Comunicación*, Manuel Martín Serrano. <http://cecte.ilce.edu.mx/posgrado/investigacion/serrano.htm>

**6.** <http://www.monografias.com/trabajos12/fundteo/fundteo.shtml>

**7.** <http://www.monografias.com/trabajos12/fundteo/fundteo.shtml>



## VI. Historia de la Comunicación

### a) Comunicación, antecedentes

*La revolución social del siglo XIX no puede sacar su poesía del pasado, sino solamente del porvenir. No puede comenzar su propia tarea antes de despojarse de toda veneración supersticiosa por el pasado.*

*Las anteriores revoluciones necesitaban remontarse a los recuerdos de la historia universal para aturdirse acerca de su propio contenido.*

*La revolución del siglo XIX debe dejar que los muertos entierren a sus muertos, para cobrar conciencia de su propio contenido.*

*Allí, la frase desbordaba el contenido; aquí, el contenido desborda la frase. Marx*

Por más que a veces se exagere la palabra no es ni la única ni la mejor forma de mediación producida por la humanidad para comunicarse. Antes de la palabra, incluso durante y al margen de ella, los seres humanos desarrollaron medios y modos diversos para materializar el contenido de sus procesos comunicativos. Gestos, danzas, pigmentos sobre la piel, herramientas y hábitos cotidianos tejieron, paulatinamente, estrategias diversas y combinadas para poner en común el producto de experiencias y prácticas. Solemos considerar a las primeras herramientas como referencias concretas del cambio distintivo que la especie humana da hacia la construcción de la cultura. Sabemos que las primeras herramientas ofrecían respuestas a necesidades específicas gracias a la acción de la inteligencia sobre el entorno y sabemos que la fabricación de piedras afiladas y el uso del fuego materializaban modos de acción distintos, capaces de incrementar habilidades y suplir deficiencias en la lucha por la supervivencia. Pero ¿la producción de herramientas primitivas implica necesariamente vida social, es decir, comunicación, intercambio? Probablemente sí.

Herramientas e individuos son indisociables, el desarrollo de uno no se entiende sin el otro y tal relación constituye el motor principal de todo cuanto la especie hace. Incluso mucho de lo que deja de hacer. Pero ¿a qué estadio del desarrollo humano corresponde la producción de herramientas para el intercambio comunicacional? Algunos histo-

riadores afirman que es muy difícil dar respuestas completas a estas preguntas, sin embargo, parece claro el hecho de que, al margen de las clasificaciones históricas, lo que determina la aparición de las estrategias de comunicación como herramientas para el intercambio es el grado de desarrollo social y la complejidad de tal desarrollo determinado por la producción de algún tipo de objeto, animal o mercancía, su fin, su uso y su excedente.

El papel actual de los medios de comunicación, que alcanzó un estadio de desarrollo desigual y combinado, es resultado concreto de una realización añeja que ha sufrido atrasos y retrocesos diversos. Un paisaje muy somero sobre la historia general del trabajo nos muestra claramente la red de acciones y pensamientos que, en materia de comunicación, vinieron preocupando a los distintos modos de producción y a sus intelectuales. La propia Historia de la Comunicación, sus definiciones y lugar en el desarrollo dialéctico de las luchas humanas para su superación merece, requiere, un estudio filosófico crítico y dinámico con base económica.

Occidente, Grecia, puso en el Logos (palabrización del pensamiento) como el gran logro de la razón y el lenguaje. Hizo indisociables lenguaje y razón para “superar” los modos del pensar y comunicar anteriores y someterlos a un pensar nuevo y un expresar nuevo, modelados ideológicamente con cánones lógicos. Hay una estrategia fundante en la necesidad de unificar lenguaje y razón cuando se trata de modelos de producción esclavistas que necesitan imponer a sus esclavos modos de lógica y expresión determinados por sus amos. Para que obedezcan bien.

Una tradición larga de filósofos dedicó también sus esfuerzos mejores a respaldar y fundamentar la influencia y potencia del Logos en la construcción de civilizaciones imperiales nuevas. Es el carácter de clase y el rol histórico que la “comunicación” o Logos tuvo. Sabemos que Cadmus, hijo de Agenor, rey de Fenicia, trajo a Grecia los alfabetos. Los oradores tenían un lugar preponderante en las plazas públicas, que eran para entonces centros de “comunicación social”. Heródoto, por ejemplo, leía en público sus textos no sin un sentido moralizante y didáctico. Una especie de retórica pública

donde el poder de la palabra se centraliza para “explicar el mundo”, mundo, por lo demás, cada día más ajeno, más enajenado (alienado), más de los otros. Eso lo desarrollaron pronto los imperios antiguos.

Por supuesto Platón pensó una filosofía del lenguaje y en Cratilo, expresa el problema de la exactitud de las palabras. Sospecha que el lenguaje no es un medio *seguro* para el conocimiento y que este debe pedírsele a las cosas mismas. Creyó que para ser exacta la palabra debe de ser fiel a la naturaleza de las cosas; imitarlas, reflejar lo esencial. En conflicto con la necesidad de embellecer el lenguaje es preciso ser cuidadoso porque este engaña y no enseña. Cratilo deberá dirigirse a las cosas sin nombrarlas directamente, experimentarlas, percibir las. Hablar es definido como acto y nombrar es función de esta actividad; la palabra es el *medio* para distinguir toda realidad. La que entiendo y la que no, la que me pertenece y la que se me impone. Hay una *gramática* que pone el Ser (y no la materia) como prioridad (el sujeto); luego el verbo (la voz en acción y no el movimiento de la materia) y el predicado (las cualidades del ser, los accidentes del ser). ¿El idealismo hecho gramática?, ¿dirigir la palabra para dirigir el pensamiento?

Sócrates intuye que la palabra no es un medio necesario para el conocimiento de lo que las cosas representan, para él no será la lingüística sino la dialéctica la que conduce a la verdad. Platón, preocupado por el efecto de las palabras, ve un escenario sospechoso, es decir, un escenario incierto en los actos de declamación de rapsodas, intérpretes y transmisores del “canto divino de los poetas”. En sus *Diálogos sobre la Ilíada* Platón se atreve a describir recitales poéticos. Ve al rapsoda declamar, transmitir dolor y alegría en medio de sacrificios y fiestas alusivas ante un público de unas veinticinco mil personas. El rapsoda ve a los espectadores desde lo alto de su estrado, llora, mira amenazadoramente y permanece pendiente de sus palabras; (...) *me siento obligado a observarles atentamente: si los hago llorar, yo reiré, recibo dinero, mientras que, si los hago reír, soy yo quien va a llorar perdiendo mi salario.* ¿La palabra tiene poder o el poder tiene la palabra?

Aristóteles, en la *Política*, identifica en la condición humana, un ser social lingüístico. Lo entiende como condición natural de un ser animal sociable, gregario. “El Hombre es un animal que habla”. Para Aristóteles esa condición es evidencia de que el hombre es animal político. La condición del lenguaje humano como herramienta del intercambio empuja al hombre a saltar cualitativamente del reino animal al reino político. Aristóteles define a su ser social lingüístico en plena acción con sus ideas sobre la ciudad —polis— sus relaciones con la familia y a la ciudad-Estado griego. Piensa que el lenguaje transforma las relaciones sociales del hombre que salta, muta de animal a político, para tejer las relaciones sociales parte de su realidad como social ciudadano.

Kant desarrolló enfoques particulares que estudió en *Crítica de la razón pura: A pesar de la gran riqueza de nuestras lenguas, el pensamiento tiene a menudo dificultades para encontrar el término que corresponde exactamente a su concepto. A falta del mismo... forjar nuevas palabras es una pretensión de legislar en los idiomas, pretensión que rara vez tiene éxito. Antes de acudir a este medio desesperado, conviene examinar si no se halla ya tal concepto, juntamente con su palabra adecuada, en una lengua muerta culta.*

Para Rousseau, en el artículo “Lengua de la Enciclopedia”: *El primer lenguaje del hombre, el lenguaje más universal, el más enérgico, el único que fue necesario antes de que hubiera que persuadir a los hombres reunidos, es el grito de la naturaleza.*

Hace aproximadamente 1,6 millones de años el homo erectus utilizaba hachas de mano. Era cazador y recolector. El hombre de Neandertal descende de la línea homo sapiens, neanderthalensis y hace 125 a 150 mil años pobló África y Asia, era cazador, recolector y practicaba el cuidado de enfermos y ancianos, además, enterraban ritualmente a sus muertos. Desde entonces es comunicador. Conviene estudiar la Historia de la Comunicación a partir de sus productos más desarrollados. Es como subir a la parte más alta de una montaña para contemplar el panorama cuando las condiciones atmosféricas lo permiten. Que convenga no implica que sea mejor o peor. Ayuda a entender de qué recursos, herramientas y estrategias la humanidad se ha

valido para llegar a lo que ha llegado en materia de comunicación con sus aciertos y desatinos, virtudes o calamidades.

Todo lo extraordinario del desarrollo científico técnico de la comunicación está plagado de sueños, esperanzas y luchas no exentos de mezquindades, usuras y desigualdades variopintas. Hay en esta historia hallazgos magníficos y usos maléficos. Se junta la ciencia y la magia, la causalidad y la casualidad, lo épico y lo ridículo. Lo apasionante de ésta historia también está en encontrar un punto que sintetice los tiempos y precipite la creatividad hacia una civilización capaz de distribuir, más equitativamente, la comunicación. Estudiar la Historia de la Comunicación no tiene hoy dificultad ni importancia, si nos contentamos con hacer recuentos más o menos eruditos de datos, cifras, fechas, anécdotas y nombres. De eso tenemos ya demasiado.

El asunto medular, es decir, la parte más interesante en una Historia de la Comunicación estará en desentrañar y evaluar críticamente la evolución de sus estrategias y medios expresados en sus relaciones y contradicciones con el desarrollo humano y, en general, su papel en la consolidación histórica de la dignidad, la justicia y la libertad de expresión. Algunas historias enciclopédicas, ricas en datos, a veces descritos con parcialidades cuestionables, carentes de sentido crítico y base social, antropológica y poética suelen ser deficientes y engañosas. Conviene superar la moda académica ilustrada que paraliza con cataratas de datos fríos. Conviene superar la hora de la admiración tecnofilica y la hora de la cronología por la cronología.

Para las historias de la comunicación el desafío hoy regresa de cierta postergación para insistir en la intrer y la transdisciplinariedad, para revisar las bases económicas del desarrollo de la comunicación y sus medios, su papel real en las relaciones de producción, su papel en la emancipación o esclavización humana y sus logros en la aportación creadora de lenguajes nuevos hacia una poesía de ética y estética emancipadoras del espíritu. ¿Cómo encontrar una zona de objetividad en información y una correspondencia justa a la hora impostergable de evaluar esta Historia desde las cavernas hasta Internet y lo que viene? Este trabajo depende de estimular y elaborar, con el conjunto

de los datos disponibles, iniciativas de investigación creativa y síntesis crítica que propongan a la realidad histórica de la comunicación y los medios diagnósticos y pronósticos transformadores. No basta con saber, hay que penetrar en la intimidad profunda de las causas y los fines que insuflan vida a la comunicación, en los medios, en la cotidianidad y en la cultura. Es decir, en la práctica misma.

Encontrarnos con una historia fortalecedora de las fuerzas creativas. Dinámica que no se agote en la superficie y no se atomice en cronologismo. De nada serviría hacer otra historia fanática de definiciones agotadas, de nada serviría una historia que, lejos de clarificar su desarrollo en el concierto de las relaciones humanas, enturbie el conocimiento y la práctica con aluviones de datos estériles. Conviene una Historia de la Comunicación y de los medios de comunicación comprometida con un filosofar del tiempo, el espacio y los hechos, en el marco de un aprender para la libertad humana, un aprender programático para la libertad de la expresión. Una Historia de la Comunicación debe ser conocimiento dialéctico abierto y fundamentado que no busque dogmas sobre la realidad sino debates, reflexión e interpretación. Jamás verdades absolutas.

### **b) Construcción de la memoria colectiva**

*No nos coloquemos, como el economista cuando quiere explicar algo, en una imaginaria situación primitiva. Tal situación primitiva no explica nada, simplemente traslada la cuestión a una lejanía nebulosa y grisácea. Supone como hecho, como acontecimiento lo que debería deducir, esto es, la relación necesaria entre dos cosas, Por ejemplo, entre división del Trabajo e intercambio. Así es también como la teología explica el origen del mal por el pecado original dando por supuesto como hecho, como historia, aquello que debe explicar. Karl Marx, "Primer Manuscrito", *Manuscritos Económico-Filosóficos*.*

### c) Eso de la identidad

¿Identidad significa que uno es igual a uno, o, acaso, que uno es igual a otros? ¿En qué? ¿cómo? ¿Es una fatalidad o una decisión? ¿Es sólo monto de memoria melancólica o es manía burocrática expedida en actas de nacimiento, licencias, cartillas militares, pasaportes? ¿Afirmación de lo propio y negación de lo ajeno? He aquí un concepto espejeante, frecuentemente separado de la lucha de clases, que camina sobre la cuerda floja de la semántica cargado con baterías ideológicas variopintas: pertenecer o no pertenecer.

¿Pertenece a qué, para qué, cómo, a qué precio? ¿Qué identidad damos a la identidad en sociedades fragmentadas donde la miseria hace fetiches de sí misma, donde reina la demagogia, la ambigüedad, la atomización y la devastación? ¿Identidad en sí o identidad para sí? Hoy las condiciones objetivas obligan a pertenecer, de facto, a una identidad en la que el ser, de una manera histórica y socialmente determinada, nos es dada o impuesta generalmente sin opciones. Identidad es concepto necesariamente social que no se entiende al margen de la sociedad, es decir, de las contradicciones que vive la sociedad, sus calamidades, atrasos y avances. En una sociedad dividida en clases la identidad de los grupos está dividida en clases. Se trata de una distinción entre identidades diametralmente opuestas y antagónicas que exige eludir toda ambigüedad y/o eclecticismo.

“Identidad” es un concepto cuya etimología latina *identitas* alude, a “lo que es lo mismo”, incluso “ser uno mismo” (fidelidad de sí). Admite la idea de semejanza entre características de algo o alguien con respecto a otro (similitud); y la perdurabilidad de las cualidades a través del tiempo en la tensión entre permanencia y transformación (continuidad). Algunos ideólogos se dedican a discutir los problemas de identidad como estrategia y antídoto, ante, con, contra... plebeyos, indios, homosexuales, etc. Quieren que la identidad se defina frente al otro en lugar de con el otro; quieren que identidad sea una mera abstracción sin base en la red, contradictoria de relaciones sociales donde existe. Algunos criterios sobre la identidad son predominantemente biológicos, otros culturalistas; algunos creen que identidad es autopoiesis que organiza relaciones sociales. Creen que por eso el sexo o la

raza crean percepciones desiguales y cruciales. Otros subrayan identidades nacionales, étnicas o religiosas, como elementos fijos heredados de ancestros y que deben preservarse sin cambios para guiarse en el futuro. Algunos piensan en la identidad como ficción desprovista de fundamentos que niega la diversidad y enfatiza la dominación de un grupo sobre otro.

Y hay quienes piensan en identidad no como ficción sino como categoría evolutiva y cambiante determinada histórica y socialmente. No pocos filósofos, antropólogos o psicólogos de la identidad han abonado esta cruzada de la alienación; sus teorías están de moda en muchos claustros académicos desde donde la realidad se cocina con trigo sabor clientelista. Y paja; se fetichiza la identidad con santos nuevos que no dejan ver bien el modo de producción capitalista, la miseria y la barbarie, la opresión sexista, la discriminación en etnias, fábricas, oficinas, iglesias, cuarteles, universidades e instituciones de educación que no dejan ver la devastación de los ecosistemas, el neofascismo, el terrorismo de Estado, el terrorismo religioso, el terrorismo ideológico. La identidad queda atomizada como nido de microsectas.

No tiene mayor interés devanarse los sesos en explicaciones exhaustivas sobre la ontología de la identidad para quedarse sólo con sus fuentes escolásticas y sus santuarios teóricos. No tiene mayor interés ni utilidad quedarse en el regodeo léxico, etimológico o libresco si no somos capaces de enfrentar críticamente lo que somos, lo que decimos ser y lo que queremos (acaso debemos) ser con un proyecto de lucha común entre las manos. Estamos metidos, como dice el subcomandante Marcos<sup>1</sup>, en una guerra del dinero y de las fuerzas del capital financiero internacional contra los pueblos, contra el ser humano, la cultura y la historia.

Identidad, hoy, es una cuestión no de diccionario sino de lucha y práctica contra todo lo que aliena, humilla y degrada a la humanidad. Contra el capitalismo que impone sus identidades, reglas, políticas, dogmas e intereses con identidades para la explotación globalizadora del Fondo Monetario Internacional (FMI), el Banco Mundial (BM), la Organización Mundial de Comercio (OMC). Identidad contra una dictadura global. El levantamiento zapatista de 1994 y el I Encuentro

Intercontinental por la humanidad y contra el neoliberalismo llamaron a “levantar la internacional de la esperanza” contra “la internacional del terror que representa el neoliberalismo”. Se trata pues de una lucha de identidades. Como lo dice la II Declaración de la Realidad, la tarea inmensa es la de crear “una red colectiva de todas nuestras luchas y resistencias particulares. Una red intercontinental de resistencia contra el neoliberalismo, una red intercontinental por la humanidad. Esta red intercontinental buscará, reconociendo diferencias y conociendo semejanzas, encontrarse con otras resistencias de todo el mundo. Esta red intercontinental será el medio en el que las distintas resistencias se apoyen unas a otras”.

Es un llamado a la construcción de la identidad heterogénea con carácter mundial, internacional, internacionalista que, desde la diversidad, llama a una identidad que unifica principios fundamentales: “el mundo no es una mercancía”; “otro mundo es posible”; “no a la guerra”. Son principios generales con potencial rebelde que clama por decisiones. Identidad heterogénea pero no olvidadiza que quiere la identificación del enemigo común.

Se trata de la unidad de diversidades bajo una identidad nueva antiimperialista y anticapitalista para la supresión del capitalismo como condición necesaria, aún insuficiente, para abolir las injusticias sociales, explotaciones y opresiones. La perspectiva de una sociedad, libre, democrática, igualitaria, solidaria, ecológica y feminista formada por un frente unificado que definiría las bases comunes de su la plataforma política.

Se trata acaso de una identidad nueva, basada en la diversidad, que puede ser problemática y exigente, pero eso no niega su riqueza y urgencia. Identidad nueva que se suma a las que están en marcha: “El Ejército Zapatista de Liberación Nacional, los saludamos hermanos; el día de hoy nos dirigimos para decir nuestra palabra. Todos y todas ocupamos un lugar en la historia de nuestro país México, todos y todas tenemos derecho a exigir el que seamos tomados en cuenta, que las leyes de nuestro país garanticen el goce a nuestros derechos colectivos e individuales, estos derechos deben garantizarse en todo momento para que, en México, no sigamos excluidos la mayoría de

los mexicanos como hasta en estos últimos tiempos, queremos decirles que el reconocimiento constitucional de los pueblos originarios de estas tierras nos han dado la muestra que juntos podemos exigir y hacer cumplir el reconocimiento real a nuestros derechos, de organismos, en todo el país, porque no hemos tenido el derecho reconocido a nuestras formas de organizarnos, con nuestros propios conocimientos porque todos y todas tenemos la capacidad de organizarnos, de dirigir, de planear y encabezar la lucha del pueblo. Porque tenemos la capacidad, lo hemos demostrado. Por eso es todo para todos y todas, los mexicanos nos unamos para luchar juntos. Es urgente, es indispensable juntarnos para luchar. Es nuestra obligación, es nuestro deber para que todos juntos podamos dirigir la vida y el destino de un México más justo y más humano. Hermano, maestro, maestra, estudiante hombre y mujer, trabajador y trabajadora, es nuestra tarea diaria juntarnos unos y otros para que así ellos y ellas, nosotros y nosotras, juntos todos, seamos la esperanza, el deseo esperado para vivir con el sueño de todos los mexicanos. A construir un nuevo país, junto con otros hermanos y otras hermanas, incluidos, nosotros los maestros, estudiantes, obreros, electricistas, colonos, choferes, doctores, lesbianas, desempleados, homosexuales, religiosos honestos, artistas, vendedores ambulantes, amas de casa, locatarios de mercados, madres solteras, niños y niñas de la calle, inválidos, jubilados y pensionados, jóvenes hombres y mujeres, campesinos, indígenas, jornaleros, migrantes, empleados, pequeños propietarios, pequeños y medianos comerciantes, a los policías y las policías, a los soldados hombres y mujeres, somos todos nosotros el pueblo de México, al piloto aviador, a los marineros y submarinos, trabajadores del campo y de la ciudad: tenemos el deber de juntarnos para luchar y juntos y construir con todo el pueblo de México, una nueva forma de hacer política donde todos estemos incluidos, el pueblo tiene el poder de que los que manden, manden obedeciendo con respeto, como lo que somos".<sup>2</sup>

Convocatoria única, unificada para el encuentro, el debate, el aprendizaje mutuo, el intercambio cultural en el cual cada uno, sin abandonar sus ideas y convicciones, descubre las de los otros y trata de integrarlas en su reflexión y su práctica. De la mezcla y fusión de

todos estos ingredientes está naciendo un cóctel explosivo, la nueva identidad y cultura internacionalista. Por la humanidad y contra el neoliberalismo.

Acaso una de las tareas primordiales de este frente es contribuir al desarrollo, refuerzo, extensión y radicalización del gran Movimiento de Resistencia Global Antiliberal que está en marcha con una determinación organizadora unitaria, democrática y respetuosa de la diversidad.

Hay muchísimo que aprender críticamente de la experiencia zapatista. Su espíritu de rebeldía, de inconformismo, de oposición irreconciliable con el orden establecido... impuesto. Su definición contra el capitalismo neoliberal, contra la mercantilización del mundo y de la humanidad es identidad nueva de los excluidos y oprimidos, trabajadores, campesinos, indígenas, mujeres...la humanidad víctima de la barbarie neoliberal. Identidad no olvidadiza que se mira en el espejo de las mejores luchas revolucionarias de Marx y del Che Guevara, de las comunidades en pie de guerra y resistencia de Chiapas que aportan al internacionalismo del siglo XXI una identidad universalista nueva, no abstracta, basada en el reconocimiento de las diferencias: "un mundo en el que quepan muchos mundos". Esta vez, sin ser explotados.

Porque también tiene identidad el mercado de capitales que financia la invasión a Irak y no es la nuestra. Tiene identidad el ejército estadounidense, el partido republicano, el demócrata y sus candidatos. Tienen identidad CNN, el Washington Post y todos los monopolios de información y alienación masiva. Identidad no puede reducirse a sexo, color de piel, religión, secta. Hay especialistas en producir "identidad de las organizaciones" en "identidad de marcas" y por eso, bajo este marco, hay que redefinir, resemantizar, la identidad con la idea rebelde de ofrecer oposición radical al capitalismo y pasar a la praxis (por venir de ella) transformadora. Pero desorganizados no se puede, dependemos de las fuerzas que podamos sumar en todo el mundo, fuerzas conscientes de sí y motivadas por la indignación contra el sistema existente, la rebelión contra la depredación y para la esperanza en la construcción de otro mundo posible salido de lo mejor

de éste. Sólo así tendremos los componentes de una identidad nueva, sin explotación.

No es tarea de individualidades. Una rebeldía autónoma, es decir aislada o encerrada, se dé donde se dé, está amenazada de muerte y de inutilidad. Una rebeldía, donde esté, necesita identificarse con otras rebeldías y caminar juntas. Y esto no depende de burocracias, de iluminados ni de caudillos. Eso depende de la organización mundial de la rebeldía plural, diversa, idéntica a sus sueños de libertad.

*Es mentira que la identidad mejor o única nace sólo del suelo indígena o brota de las culturas originarias. Ese discurso no hace más que sembrar división e impotencia, impide comprender al capitalismo como una totalidad de relaciones sociales que desde su génesis constituye un sistema mundial, en desarrollo objetivo y subjetivo, de dominación militar y explotación económica con dimensiones escalofrantes llenas de miseria, sangre, tortura, muerte, dolor y horror. Aunque tiene sangre indígena, Votán-Zapata no lucha sólo por los indígenas, lucha también por los que no son indígenas pero viven en la misma miseria, sin derechos, sin justicia para su trabajo, sin democracia para sus decisiones y sin libertad para sus pensamientos y palabras... El Votán-Zapata es el todos que marcha con nuestra bandera. Votán-Zapata es el uno que camina en el corazón de todos y cada uno de los hombres y mujeres verdaderos. Todos nosotros somos uno en Votán-Zapata y él es uno en todos nosotros, (...) dice hoy el poderoso que el indígena es bueno si obedece y malo si es rebelde, que el indígena es bueno si se conforma y malo si lucha, que el indígena es bueno si se rinde y malo si resiste, que el indígena es bueno si sólo se preocupa de sí mismo y malo si piensa en sus hermanos. Por eso quiere acabar con los zapatistas, porque somos indígenas, porque somos dignos, porque somos rebeldes, porque luchamos, porque resistimos, porque luchamos por todos nuestros hermanos mexicanos..."*<sup>3</sup>

Es verdad que existen discursos que enaltecen la identidad de las poblaciones aborígenes pero para que se queden idénticos, que no se transformen y no nos transformen. Se defiende una identidad bucólica que significa parálisis, museografía, pintoresquismo, conservatorio y estatuaría. Sueñan con que se conserve intacta una identidad de sometidos y que eso se vuelva fetiche para el turismo, para tranquilizar a los terratenientes, a los funcionarios, a los empresarios. Identidad para que

los indios se queden indios, que no debatan, no decidan el futuro, que se queden igualitos y no piensen su existencia fuera de una burbuja de la memoria, en el sótano del pasado miserable.

Además, existe una apología sobre cierta idea de identidad para que no se mueva el racismo, el colonialismo, la destrucción de los ecosistemas, la acumulación capitalista; para que todo se atomice y se diluya, que nada tenga que ver con nada, que la identidad nos conduzca a un microcosmos, a una molécula, a un fragmento ilegible, irreconocible disociado de la realidad. Fetiches para adorar al amo. identidad atomizante que frena el desarrollo e impone una idea de vida fuera de la vida real, que diluye las relaciones sociales y los vínculos, que rompe la asociación necesaria del sujeto con el trabajo y su realidad concreta, que aliena a la especie humana de sí misma y cancela toda posibilidad de transformar el orden social. En esta moda danzan a discreción muchos nacionalismos, fundamentalismos y neofascismos.

En México, a partir de 1994, el discurso políticamente correcto sobre la identidad nacional e indígena logró momentos de gloria. La guerra de baja intensidad contra los zapatistas logró su identidad de clase y campeó triunfante llena de soldados, “guardias blancas” y asesores militares extranjeros con “buenas intenciones” para los “hermanos indígenas” y su identidad. Se puso de moda una retórica identitaria rica en postulados etnológicos, antropológicos, politológicos, mesiánicos. Hubo identidades para todos los gustos y bolsillos; para autoconocerse y autoayudarse con “conócete a ti mismo” actualizado según convenga; para la invención de historias y leyendas heroicas “fabricadas” según la época y los poderes; para la invención de identidades según la época electoral o la campaña publicitaria en boga; para profundizar un maniqueísmo de vanidades; para participar de algún rentismo sectario poseedor de secretos iluminados desde alguna burocracia; para la identidad corporativa de las empresas nacionales o transnacionales, las nacionalistas y los monopolios; para poner a prueba y afinar el discurso intolerante de la “tolerancia”; para el orgullo vernáculo y telúrico no pocas veces insuflado con gritos de autenticidad natalicia y purezas varias.

Esquizofrenia de la identidad oficial, políticamente correcta, que exalta la herencia cultural, las tradiciones, los valores, los gestos y los ritos sobre territorios que conducen a nacionalismos, chovinismos y patrioterismos decadentes. Mientras los soldados disparan, amedrentan y ofenden a los indígenas “hermanos de raza”. Esquizofrenia de la identidad oficialista que la asume sólo para el desahogo de una crisis que ofrece mercados de discursos únicos, marcas únicas, dueños únicos.

Esa esquizofrenia de la identidad políticamente correcta opera por acertijos emocionales muy complejos. Son sentimientos y sentimentalismos a veces, de orgullo, estima, humillación o estigma. Para enfatizar lo que nos hace uno; para enfatizar lo que nos distingue; para enfatizar edad, sexo, generación; para enfatizar familia, tribu, clan, casa, etc.; para enfatizar región, provincia, pueblo, país; para enfatizar al grupo a través de la tradición de sangre o de suelo; para enfatizar lealtades y fidelidades basadas en la lengua, la sangre, el suelo, el lugar de procedencia, grupo étnico y sellarlos con balas, discriminación e indiferencia.

Muchos presupuestos para programas indigenistas, muchos presupuestos para las fiestas patrias, mucho dinero para promover la identidad mexicana en el extranjero y llenar los bolsillos de los monopolios turísticos. Estado que inventa identidades a su imagen y semejanza para confundir a todos con un juego de espejos ciego por la miseria. Hay una identidad de números que se esconde como a la loca de la casa. Más de la mitad de los mexicanos tienen la identidad de una línea que los une, que les da identidad: la línea de la pobreza.

“Dice el poderoso que las gentes de piel clara traen malas ideas a los indígenas porque les hablan de lucha contra la injusticia. Que deben morir esas gentes de piel clara por traer malas ideas a los indígenas. Que estaban bien y contentos los indígenas muriendo como mueren de pobreza, que hablando de morir para vivir las gentes de piel clara traen descontento y desgracia para los indígenas. No saben estos señores del dinero que, cuando un solo color pintaba las pieles de los habitantes de estas tierras ya se luchaba y peleaba por la verdad. Que la lucha por la democracia, la libertad y la justicia no viene

de un color de piel o de una lengua, viene de la tierra, de los muertos nuestros que piden una vida digna para su muerte. Ser indígena hoy es ser digno y verdadero. No es color y lengua el ser indígena, son las ganas de luchar y ser mejores".<sup>4</sup>

Como el territorio no es sólo geografía, porque es también lucha simbólica, social y cultural, la identidad políticamente correcta termina siendo desterritorialización que conduce no a la identidad de lo diverso sino a la uniformidad del discurso único. Para eso el Estado, que ampara sólo su propia sobrevivencia, inventa imaginarios en instituciones nacionalistas y regionalistas, entre mariachis y tequilas, mientras se destruye la fuerza de trabajo y los recursos naturales con los flujos del capital que anda por el mundo reconfigurando las subjetividades. Globalizándolas, pues.

Algunas tesis sobre globalización tienen por objetivo hacernos olvidar nuestra condición de países colonizados o semicolonizados. Pero globalización no es lo mismo que internacionalización. globalización, objetivamente, es hoy globalización capitalista de los mercados financieros que determinan movimientos de capital, monedas, crédito y economías en todos los países. Y es también territorio de luchas simbólicas mundiales protagonizadas por grupos étnicos, sexuales o raciales amenazados y sometidos. Lucha contra la violencia de los estados, sus fuerzas armadas, servicios de inteligencia, cárceles, policías, partidos políticos, sindicatos, iglesias e instituciones educativas.

Es esta la identidad que emerge, la identidad de los excluidos, de los explotados en lucha intensa para dejar de serlo, porque no se puede ejercer una defensa a ultranza de las identidades sin riesgos de discriminación. Una construcción de identidad transformadora debería propender a la derrota del capitalismo y a producir una representación rebelde del mundo y de la vida, fragmentada por la fetichización de las identidades atomistas. Sin una concepción mundialista y totalizante será inútil responder al capital imperialista con un frente donde se unifiquen las rebeldías y emancipaciones. Nos hace falta organización, identidades organizadas más allá de consensos coyunturales; la lucha contra la esclavitud y la miseria debe enraizarse en las relacio-

nes a nivel nacional, regional y mundial para caracterizar esa lucha de identidades entre opresores y oprimidos, entre explotadores y explotados, requerimos una organización mundial con fuerza social y bloque histórico, contra las relaciones sociales del capital. Pero la identidad para ser construida colectivamente requiere libertad, decisión y participación. Reconocimiento de lo variable, efímero, sustituible. Libertad para transformarse.

La creación de identidades nuevas (libres) no puede surgir más que de las luchas sociales y políticas. Creadas como política de identificaciones siempre eventuales, estratégicas. Es decir, sólo puede surgir de una puesta en común de los medios y modos de producción que la comunidad necesita basada en sus fuerzas y su desarrollo. Como entidad política y moral cuya construcción reclama procesos libres muy largos entre voluntades que deliberadamente, voluntariamente, depende de la elección de sus miembros, con sus intereses, creencias y vínculos comprometidos en hacerse comunes. Comunicarse.

Karl Marx dice que este componente de autoapreciación tiene una base psicológica, haciendo la distinción entre clase en sí, sin conciencia de existencia de grupo, y clase para sí, con conciencia de sus intereses y con la facultad de acción social. Una identidad nueva deberá acaso reconocer todos los intereses comunes y que produzcan movimiento y articulación política de los intereses. Hoy requerimos una identidad nueva, antiburocrática, contra el fascismo o el estalinismo y para la unificación mundial de seres humanos no alienados en resistencia contra las dictaduras financieras, mediáticas, religiosas, etc. Identidad nueva para salvarnos de la barbarie, la miseria, la explotación; y si eso implica desafíos, incluso íntimos, para que abandonemos, transformemos ciertos (o muchos) hábitos, ideas o manías, fijas o viejas, algunas incluso queridas, a favor de otras, nuevas, superadoras y liberadoras, sea pues.

El desarrollo de concentraciones industriales y financieras durante el siglo XX significa actualización de sujetos del Poder y reemplazo de los caudillos empresariales con ilusiones liberales, individualistas y democrático burguesas fomentadas por la Ilustración y el liberalismo decimonónico. Emerge una “sociedad” de trabajadores dependientes aliena-

dos y una “clase media” de administradores, ingenieros, intelectuales y organizadores, en cuyo cuadro general, las relaciones personales y directas entre los individuos, sin rol activo ni iniciativa, se sustituyen con las relaciones institucionales formales e impersonales de las maquinarias productivas, burocráticas y organizativas del siglo XX.

Rediseñada con ejércitos de trabajadores productivos o de funcionarios reclutados para la empresa monopolica contemporánea y la maquinaria del Estado gerenciador de fuerzas represivas, la sociedad es un organismo más o menos controlable desde el cerebro de las sedes monopolistas y del aparato estatal, sometido a formas rentables de programación. Los oligopolios y sus asociaciones de industria y mercado globalizados imponen un control rígido de las acciones y la conducta de las personas con un rediseño del comportamiento y la conciencia con la creación de una ingeniería social de organización, masificación y mecanización operadas por la empresa y el urbanismo contemporáneos con ayuda de progresos científicos tecnológicos en materia de comunicaciones y difusión masiva de órdenes para el consumo: *mass media*.

El capitalismo imperial tiene impunidad para deglutir materia prima, mano de obra barata y conciencias. Es el ascenso del capitalismo hacia un imperio único. Es resultado de un proceso largo en plena crisis. La comunicación oral es una de las primeras estrategias de comunicación originaria, resultado de la relación dialéctica entre necesidades y satisfactores que actualiza y potencia el pensamiento abstracto hacia una práctica, salto cualitativo importantísimo en la evolución humana. No sólo es factor fundamental en el tejido de las relaciones humanas, es además, producción social que acumula experiencias y faculta un tipo específico de conciencia indivisible del proceso general de la conciencia humana. Son la comunicación oral, y más tarde la escrita, con sus historias respectivas separadas y/o unidas, expresiones de la existencia práctica grupal cohesionada por intereses que parten de necesidades comunes y concretas. Son cooperación, intercambio.

Aparece en Mesopotamia la escritura ideográfica o jeroglífica que se desarrolla sobre una base fundamentalmente comercial para exten-

derse a Egipto mientras hay expresiones similares en meso América. En sociedades agrarias donde ya son reconocibles formas de propiedad privada y comercio de excedentes, la escritura ideográfica, escritura en tablillas, sirve como sistema de documentación para intercambios comerciales y trueques. Está ya en las relaciones del trabajo individual y colectivo, en la relación valor de uso y cambio. Está presente en el desarrollo de cierta forma de distinción en la división social del trabajo intelectual que jerarquiza y reduce el uso de la escritura a las castas. Se trata de una distinción social que pone, por ejemplo, a los escribas en estado de privilegio asociado a los poderes sacerdotales. Pero más aún, en relación con una actividad neurálgica que no puede dejarse en manos de cualquiera, que supone control, vigilancia, supervisión, privacidad y secreto: Las cuentas comerciales.

Algunos textos ideográficos contienen también temas de la “tradición oral” que prescriben normas y proverbios bajo modelos ideológicos y escenarios políticos donde los sujetos creadores del discurso emisor no son los esclavos sino los monarcas. Apropiación del medio y de su contenido; eso ayuda al tránsito del patriarcado tribal en paternidad monacal. Del modo primitivo de producción al modo esclavista. Eso permite y faculta la invención de mitos y el ejercicio de cierto *poder de la palabra* que, en realidad, fue poder represivo camuflado de frases, para crear mundos; realidades donde los actores y sus roles son elegidos en acuerdo con un proyecto social histórico y económico determinado por modelos de esclavitud muy rentables desde entonces.

En este proceso la producción de los escribas, que actualiza la voz hegemónica para cumplir un rol intermediario, mediático, convierte la historia social en obra de dioses. Mitos sobre monarcas *dioses* o *hijos de dioses* que ya prometen al buen esclavo dones y virtudes si “se porta bien”; que sanciona objetiva y subjetivamente cualquier conducta insurrecta y que tiene bien claro el discurso fatalista en el que jamás hay otra salida a la miseria social. Ocurre la disociación de una producción social con su propia razón de ser para convertir en incuestionable una malversación y tergiversación cultural hegemónica. En la base estructural de estas sociedades la necesidad de dispo-

ner fuerza de trabajo en masa para la construcción de imperios requiere la domesticación de la voluntad en todas sus escalas. Es decir, un pensar resignado y a escala, manso y productivo, que entienda las órdenes del amo.

El paso de la oralidad a la escritura, como se ha insistido, constituye un tipo de adiestramiento fundamental hacia la cultura visual que no está del todo ajeno al problema de la pluralidad léxica de los pueblos conquistados. Eso, por otra parte, fortaleció cierto pensar crítico que devendrá mas tarde en el tipo de filosofar griego mientras se desarrollaban los primeros trabajos en medicina y astronomía por ejemplo. En todo caso en el marco del esclavismo. Precisamente Grecia, especialmente en Atenas, el concepto de ciudadano adquirió un grado de desarrollo complejo del principio de “comunicación”. Esta tiene un carácter peculiar encarnado en la idea de democracia esclavista. La idea de asamblea (Areópago) como proceso democrático, involucra estrategias (estatutos) de “comunicación” en el centro mismo de una definición del existir social inédita. “Comunicación” “democrática” entre ciudadanos donde mujeres y esclavos carecen de condiciones para tal ciudadanía.

La división social del trabajo tiene por antagónicos el trabajo que se realiza con las manos y el intelectual que prescinde de ellas. La “comunicación” entre unos y otros se hace imposible. Nace también la comunicación que produce mitos sobre la comunicación y su carácter de clase, reservado a significar un tipo de privilegio con que es dotado el que tiene poder o está cerca de él.

El ciudadano que es actor de los asentamientos sociales nuevos cumple con un trabajo intelectual superior que es la “comunicación” que se expresa en la selección de asuntos de interés público. Este trabajo intelectual, trabajo de interés por lo público, por los otros, trenzado por las necesidades de comunicación ciudadana, para la definición del interés común, tendrá por tesoro y logro mayor la opinión pública. Con sus mitos, ambigüedades y tergiversaciones.

Aun siendo Estado Asambleísta, para una democracia de elegidos, el principio de opinión pública pesa como responsabilidad histórica en la guía del bien social, el interés y fuerza de la ciudad Estado. Todo

se filtra y basa en recursos de “comunicación”. La clave del poder radica en el uso de la palabra; hacer política desde una posición privilegiada gracias al uso de la palabra. Logos, retórica y dialéctica. Había que persuadir a la asamblea a través argumentos racionales. El poder de la palabra en una de sus tantas apariciones históricas.

En *La República* de Platón y en *La Política* de Aristóteles sólo el ciudadano actor intelectual tiene privilegios. Platón en *La República* distingue dos tipos de opinión: *doxa* y *epísteme*. Una, *doxa*, es opinión común de cualquier persona, producto de su experiencia y los sentidos. Otra, *epísteme*, es propia de sabios, conocimiento fundamentado en el raciocinio, potencia intelectual, no capacidad sensorial, perceptiva.

Aristóteles, propone en *La Política* su tesis sobre la limitación coactiva de la “comunicación” y en el marco de esa tesis elabora un modelo de comunicación en el que la *epísteme* no surge al margen de la *doxa* como si fuese realidad intelectual distinta sino que nace como fusión de las doxas, condensación de opiniones individuales. Para Aristóteles semejante condensación sólo puede producirla los sabios o filósofos. En Platón, en cambio, la *epísteme* está muy alejada de la *doxa*. Y en realidad, ambos están muy alejados de la base concreta de la comunicación caracterizada aquí a partir del trabajo.<sup>5</sup>

La idea de lo “público” tiene en Roma un lugar peculiar distinto al de Grecia, ahora los asuntos de “interés general” serán “comunicados”, difundidos. La “comunicación” adquiere un carácter institucional y jurídico. El poder del Estado hecho “comunicación” y órdenes que deben interesar a todos, aunque no todos participen en su construcción. Una definición *corporativa* y jurídica que atribuye al Estado derecho pleno sobre el interés común comunicable a través de medios idóneos. Los asuntos de “interés general” son públicos, deben ser difundidos, involucran a toda la sociedad. Público significa medios de difusión que son públicos en tanto que fortalecen a las instituciones, cauces de la “comunicación” política entre gobernantes y gobiernos. La idea de lo público supone receptores, el conjunto de la sociedad que incluye mujeres y plebeyos. Aunque sólo una parte de la población se considera *ciudadano* existen quienes podrían ser elegidos

miembros de la Asamblea. Para el Estado es necesaria una base social amplia, imprescindible, legitimadora y garante en su propia perpetuidad como Estado. Para ello prolifera el uso de estrategias discursivas que camuflan perfectamente todas las estrategias coercitivas de las instituciones nuevas. El discurso sirve para crear un principio de identificación, identidad con las instituciones. Las estrategias de comunicación son y sirven a la propiedad del Estado.

Unificar la lengua siempre fue prioridad de los imperios y Roma no fue la excepción. Aunque era obligatorio el latín, si se *persuade* a las “elites de la comunicación” sobre los beneficios que una lengua única reportan a la cultura y a la civilización. La estrategia consiste en convertir elites locales, tribales, en autoridades del imperio. Tales autoridades, recién integradas, se sienten identificadas con quienes les dan ese cargo, (el Estado romano) e influyen en sus grupos para producir imitación del resto. Hay un mestizaje que, a su modo, comienza una reconversión cultural. No hay entonces fines exclusivamente “culturales” ni exclusivamente jurídicos. Se trata de consolidar en sus valores económicos concretos y en su despliegue ideológico la lógica imperial. El *orgullo* de pertenecer a un Estado dominante implica mimetizarse con superior. Ser ciudadano devenía del reconocimiento de derechos públicos y la posesión de cierta moral superior a los plebeyos. El ciudadano debe ser honesto en público y privado. Por eso los romanos hablaban de virtud estatuida y estatutaria que será anzuelo para que comunidades enteras aspiren a pertenecer al Estado.

Cuando se manifiesta el culto a la personalidad dominante se levantan bustos y esculturas en honor a la personalidad del emperador. En el Bajo Imperio Romano nacen los panegíricos: adulaciones públicas al emperador mediante discursos. Expresiones *populares* en el sentido más demagógico de la política. La propaganda (manipulación) imperial se convierte en la conexión entre el emperador y los ciudadanos en forma y versiones con apariencia de comunicación política, se practicaba durante concentraciones multitudinarias para “explicar” al emperador los problemas principales.

El circo romano no es sólo catarsis colectiva de “la ciudadanía”, se utiliza, además, para la persecución de enemigos internos. El empera-

ador es Dios y así se le debe aclamar, por lo tanto, cualquier rebeldía, creencia en otra figura, otros valores, otras ideas eran consideradas como forma de cuestionar la cualidad divina del emperador y, consiguientemente, su autoridad. El circo romano sirvió para eliminar a quienes *cuestionaron* la divinidad del emperador y en la que *todo el mundo* participa, pero no sólo es un *gran espacio pedagógico y didáctico* donde se “comunica” quién tiene el poder, de qué tipo se trata y hasta dónde alcanza. Se trata de un sistema masivo de “espectáculo” que refuerza los sistemas de disuasión y de persuasión, por un lado, contra todo desvío de los mandatos divinos, por otro para evidenciar que sólo existen tales mandatos. El circo es un entretenimiento basado en la exhibición pública de los alcances del poder y necesariamente su deificación con el *lenguaje* del poder. Es una aniquilación colectiva y festiva. Lo que se exige de los espectadores es que aplaudan la aniquilación de los enemigos.

1000 años (s. V- S. XV) ocupa la Edad Media una historia que permitió el ascenso del feudalismo. Se impuso una base económica agraria distinta a la Griega y la Romana donde las ciudades tenían mayor importancia, el control social exigió sistemas de vigilancia, transporte y comunicaciones para el manejo administrativo de la época. Surgieron hacia el siglo XIV monarquías europeas rodeadas de burócratas y consejeros, nacen en Europa los primeros estados nacionales.

Hay una demanda significativa y creciente por la escritura ejercida con intereses muy diversos, desde lo Teológico a lo fiscal; hay que escriturar herencias, propiedades, títulos, prebendas y canonjías. Guttenberg, en Estransburgo, desarrolla un sistema para multiplicar la reproducción de libros. Su invento tiene como base la posibilidad de intercambiar tipos resistentes a la presión. Incorpora tintas para mejorar la calidad de impresión e incorpora planchas metálicas sobre la que instala los tipos móviles (aleación de estaño, plomo y antimonio. Esta técnica se mantendrá comercialmente hasta bien entrado el siglo XIX).

Esta *Revolución* de Gutemberg (como algunos autores gustan de llamarla) produjo transformaciones y saltos importantes en materia social, política y cultural, además de su significado en el desarrollo de ciertas formas de *comunicación* derivadas de la letra impresa. Alguna

vez convendrá precisar sobre este invento y sobre cualquier otro, cuánto se *perfecciona* la comunicación, lo que se sabe es que, con la reproducción ampliada de libros, en su mayoría escritos y editados por la mano eclesiástica, se fortalecieron algunas instituciones y se propició el nacimiento de otras, por ejemplo, la Universidad, iniciativa de la Iglesia en la Baja Edad Media para *ilustrar* a la burguesía. La imprenta no rompió la tradición de los amanuenses en los monasterios. Durante mucho tiempo la producción de libros en imprentas coincide con la producción manuscrita, como ocurrió en otras definiciones del trabajo.

Se deja sentir hacia el siglo XVI la inercia de la clase que transformará el feudalismo en capitalismo. Se mercantiliza la cultura escrita y la cultura toda se sujetará a las leyes del mercado. *Desacralización* de los laicos. Se la saca del ámbito sagrado. Los laicos, a partir del siglo XVI, se impondrán. Imprimir libros nació impregnado de conservadurismo sin rupturas, debilitamientos o cuestionamientos del sistema medioeval. Su crecimiento determinará el desarrollo de gremios y no se podría abrir imprentas libremente porque el escalafón era riguroso, tanto como el desempleo y la competencia laboral.

El capitalismo (además del renacimiento y protestantismo) tiene deudas diversas con la imprenta porque favoreció la expansión (aunque no comunicación) de la cultura, es decir, su proyecto de cultura. Se consolidó la secularización de una idea de cultura que emerge de los alientos hegemónicos burgueses. Y esto no se debió a la imprenta que sólo fue una herramienta.

Nace una forma nueva de la demanda, cada vez más heterogénea, y la producción se adapta a las exigencias del mercado. Hacia el s. XVI la producción de impresos sigue siendo de obras con *carácter popular*. La “cultura popular” se usa en el ámbito impreso como gancho de ventas, mitos, historias fantásticas... Cierta *creación literaria* producirá un género identificado como la literatura *popular* domesticada por el mercado. Crea la base del desarrollo para la venta masificada de cultura disfrazada con espíritu popular.

También la educación que (s. XVI) tiene como base la palabra hablada modificará métodos por el libro que *accede* “al conocimiento

to” nuevo. Leer en silencio producirá cambios en la reflexión intelectual y el pensamiento crítico. Proliferarán, artes, filosofía y teología auspiciadas por los poderes nuevos. Y los medios de comunicación, con su carácter de herramientas, estarán a ese servicio.

Surge la idea de “Público”, de tener público para todo. Ocurre la transformación de las relaciones entre señor feudal y vasallo. La creación y lectura de libros favorece la idea de *seña de identidad* y tras ella el derecho de autor. La difusión ideológica y política se beneficiarán con la producción de impresos. Encontrarán en la imprenta un arma poderosa desconocida hasta entonces. Aparece la idea de que la comunicación será la estrategia política y se convierte en la 3ª parte del Estado a partir del siglo XVI. La primera prensa en la historia europea es la prensa oficial.

El proceso revolucionario francés de 1789 cumplió con producir en la comunicación una experiencia significativa. Tal proceso quebró estructuras sociales estamentales para convertirlas en sociedad de clases, donde emerge un sistema productivo de carácter capitalista. La tierra no ha estado sujeta a relaciones de compra-venta y pasa a ser una mercancía enajenable y desprovista de carácter *señorial*. Hay que adiestrar a los pueblos para que asimilen, participen y agradezcan esta construcción social nueva.

El Estado de derecho abre conexiones nuevas entre ciudad y Estado. Los poderes públicos afianzan su “Comunicación” con el pueblo a través de la *transparencia*. Por primera vez, desde la era romana, la política (que había sido un asunto de monarcas) *vuelve* a ser cosa pública. Con la revolución la política empieza a ser cosa del pueblo y por eso la labor política ha de estar sometida a la labor de éste. A partir de la Revolución Francesa nace otra idea sobre la “opinión pública”. Prosperan ciertas relaciones que tienen como atractivo la conversación en torno a temas novedosos en el terreno de la cultura. Serán incluidas las figuras de la cultura francesa: músicos, actores, filósofos. Hay una preocupación por la difusión de las ideas y denotará un nivel de integración similar al que disfrutaban los ilustrados. Nacen en el seno del sistema las ideas que lo destruirán. Como lo predijo Marx.

Los periódicos fueron y son en su mayoría programas de ideas que afirman (con una legitimidad no siempre clara) representar el interés y devenir social (o del público, como prefieren llamarle). Se sienten educadores del ciudadano y despliegan cuanto recurso pueden para sostener una idea de cultura y política funcional con su marco de intereses. Pero la realidad es su examen mayor.

---

## NOTAS

1. En un mensaje a los “zapatistas europeos”, el 28 de agosto de 1995.
2. Comandante Insurgente Tacho. Aguascalientes “Espejo de Agua” Ciudad Universitaria, UNAM 21 de marzo de 2001.
3. [3] Comité Clandestino Revolucionario Indígena-Comandancia General del Ejército Zapatista de Liberación Nacional. México, abril de 1995.: <http://www.ezln.org/documentos/1995/19950410.es.htm>
4. Comité Clandestino Revolucionario Indígena-Comandancia General del Ejército Zapatista de Liberación Nacional. México, abril de 1995.: <http://www.ezln.org/documentos/1995/19950410.es.htm>
5. Es necesario insistir en que no se trata aquí de enjuiciar el pensamiento griego con una mirada contemporánea sino de señalar la distancia histórica entre las ideas sobre Comunicación con el papel del Trabajo.



## VII. Comunicación, trabajo y alienación<sup>1</sup>

### a) Trabajo y sus formas “nuevas” en el marco del debate Capital-Trabajo

El trabajo alienado, que significa, en por lo menos dos acepciones generales, trabajo vendido y trabajo “enfermizo”, “embrutecedor” (en oposición a la idea de trabajo liberador y gestor del desarrollo, del bienestar colectivo y la creatividad científico-técnica), se convierte en alienado no sólo por el efecto demoleedor de jornadas extenuantes a las que el trabajador es sometido; no sólo por el efecto paradójico de producir miseria mientras produce riqueza para otros; no sólo por la consecuencia de “hacer extraño” al trabajador respecto a su propio trabajo. La alineación del trabajo cuenta con un conjunto complejo de estrategias “comunicacionales” que la acompañan para tender una red de alineaciones paralelas en las que los medios de comunicación juegan un papel decisivo, estratégico.

La alienación del trabajo asalariado es, fundamentalmente, un “extrañamiento” (convertir en seres extraños) al obrero frente al producto de su trabajo y frente al proceso de trabajo, seres extraños el trabajo manual y al trabajo intelectual: *La burguesía ha despojado de su halo a toda ocupación hasta ahora enaltecida y vista con admiración reverente. Ha reconvertido al médico, al abogado, al sacerdote, al poeta, al hombre de ciencia, en sus trabajadores asalariados.* Marx

### b) Vivimos en una sociedad enferma de alienación Ciencia en crisis para una sociedad en crisis

*“Si no eres parte de la solución, eres parte del problema. Así, pues, actúa”.* Lenin

*En la entrada de la ciencia, como en la del infierno, debería colgar un aviso:*

*“Aquí el espíritu tiene que ser firme. Aquí las llamadas de temor no serán oídas”.* Karl Marx

Esta filosofía de la comunicación propone a la comunidad científica una lucha organizada contra la alienación. La lógica de la alienación

es un *programa* estratégico vital para el capitalismo y goza del *apoyo* de los *mass media*, que en su doble papel como Industrias del entretenimiento y como “armas de guerra ideológica” ponen a disposición del *satablishment* sus formas más crudas y oscurantistas de control social y adiestramiento ideológico. Cuentan con “científicos” amaestrados especialmente para eso. Quien piensa que la ciencia está al margen de la degeneración capitalista se equivoca o se engaña. Con todo su prestigio maltrecho la ciencia y la tecnología están sometidas a las mismas brutalidades, ideas, corrientes, filosofías, políticas y prejuicios que aquejan a la humanidad entera. Aunque algunos lo nieguen.

El concepto alienación, bajo el capitalismo, caracteriza el proceso y los resultados de transformar los productos del trabajo, dinero, relaciones sociales, así como las propiedades y aptitudes sociales en algo independiente de los trabajadores, incluso en algo que tiene dominio “superior” sobre ellos mismos y que domina sus vidas. También sirve para caracterizar fenómenos y relaciones, que se presentan como ajenos a su realidad concreta o que contribuyen a la alteración y deformación de la conciencia respecto a sus verdaderas relaciones de vida, su clase social, sus limitaciones y fuerzas concretas.

Es ineludible para los científicos de todas las áreas emprender y fortalecer una lucha permanente contra todo lo que confunde a la humanidad con creencias místicas (vengan de quien vengan, de la publicidad, del púlpito o de la cátedra) que tienen por objetivo la alienación generalizada del pensamiento humano. Es preciso que las ciencias den la espalda a las tácticas y estrategias del capitalismo y luchen contra las contradicciones de un sistema económico donde millones de personas viven con enfermedades y hambre absolutamente solucionables. Poner las ciencias al servicio de personas y no de los grandes monopolios. Combatir todo oscurantismo religioso y política social reaccionaria. ciencia y la tecnología a disposición de la humanidad, no de los beneficios privados. Ciencia democrática en el auténtico sentido de la palabra, basándose en el control consciente de los conocimientos para impulsar el desarrollo de toda la población. Una ciencia planificada, que no se contente con contemplar o explicar los problemas del mundo y sí se entregue a transformarlo. Ciencia capaz

de comprender y explicar claramente los problemas y sus causas para identificar soluciones con los medios adecuados. Ciencia de científicos conscientes que, con su trabajo y experiencia, evolucionen en el sentido del pensamiento materialista y dialéctico. *Esto no significa que debemos confrontar al mundo con nuevos principios doctrinarios y proclamar: ¡He aquí la verdad, de rodillas ante ella! Significa que debemos desarrollar nuevos principios a partir de los principios existentes del mundo. No debemos decirle: Abandona tus luchas, son mera locura, nosotros te daremos los verdaderos objetivos. En vez de ello, debemos simplemente mostrar al mundo por qué él está en lucha, y la conciencia de eso es lo que deberá adquirir, quíéralo o no*". Marx, Carta a Rouge, 1843

### **c) ¿Cuáles son los frentes de tal lucha?**

1. Identificar la urgencia de un cambio histórico profundo. Estamos atrapados en la barbarie del capitalismo y aunque hay salidas diversas nos cuesta mucho identificarlas y asumirlas. Aunque nos *sacude* la *maldad* circundante no logramos poner en marcha, por ahora, todas las repuestas necesarias para estos momentos... no alcanzamos a movilizarnos lo suficiente para transformarnos y transformar al mundo. La alienación impregna todos los espacios de la vida. No es, únicamente, un fenómeno económico, la alienación es un fenómeno político, estético, emocional... cotidiano. Es causa y consecuencia de la destrucción del trabajo y con ello de la especulación y la corrupción, la narcotización social por medios diversos, la violencia, el egoísmo y la indiferencia al sufrimiento galopante. Es decir, la destrucción de las relaciones sociales, las fuerzas productivas y las fuerzas transformadoras.
2. La alienación somete a la conciencia con prejuicios idealistas y la desfasa de las necesidades del desarrollo social, la tecnología y las fuerzas productivas. La alienación pesa como una losa sobre las mentes de los hombres y las mujeres y les impide resquebrajar el mundo en que ha nacido y dudar de las creencias y los prejuicios con que han crecido a los largo de sus vidas. En su proceso de degene-

ración, el capitalismo alienta cualquier foco de pensamiento *irracional* para los pueblos. La “racionalidad” burguesa se expresa en sus libros de contabilidad. “la Razón se vuelve Sinrazón”. Donde la religión “oficial” tiene flancos débiles, proliferan sectas religiosas de todo tipo como marco a un misticismo de época rico en supersticiones. Los hay en grados muy diversos desde lo *ligh* (no por eso inocente o inocuo) para la oficina de los ejecutivos *new age*, hasta el fundamentalismo religioso a diestra y siniestra. Quieren que nos acostumbremos al atropello y a la miseria y, encima, quieren aplausos y votos. Por si fuese poco, la cosa tiende a empeorar.

3. La alienación *convence* con su violencia múltiple, a las personas de que son ajenas a todo desarrollo de las fuerzas productivas, que no es suyo el poderío humano sobre la naturaleza, ni la riqueza de la ciencia, la cultura y el conocimiento en general. Inhabilita a las personas para que identifiquen su lugar en la lucha de lo nuevo contra lo viejo, de lo vivo contra lo muerto, del futuro contra el pasado. La alienación hace a las personas indiferentes e ignorantes de todo florecimiento de la cultura, el arte y la ciencia. Nos pone en distancia respecto a las fuerzas productivas y la tecnología y mina de forma dolorosa el deseo de cambio con el dominio ideológico de las iglesias.
4. La alienación abona el terreno donde florecen los puntales ideológicos que justifican el *statu quo* y santifican las relaciones sociales de explotación existentes. La alienación nos hace ajenos a la toda fuerza motriz del progreso humano residente en el desarrollo de las fuerzas productivas —la industria, la agricultura, la ciencia y la tecnología—. Impide la comprensión del desarrollo de la historia humana porque la muestra como lejana, de otros. En contraste con el desarrollo acelerado de la ciencia y la tecnología, en algunos sectores, hay un atraso dramático del pensamiento humano en zonas devastadas.
5. Evidenciar la alienación expresada con fenómenos como la religión, el arte, la ciencia, la moralidad, las leyes, la política, la tradición, las características super-estructurales de la burguesía inoculadas profundamente en la conciencia humana. Además, demostrar

- el contenido real y la forma en que se relaciona la alienación con el estado actual del desarrollo social, que depende inexcusablemente de las condiciones materiales de existencia.
6. El elemento determinante de la alienación está en las condiciones objetivas de producción y reproducción en la vida real, pero lo económico no es el determinante único, es la base donde se levanta la superestructura de los imaginarios colectivos que refleja todas esas condiciones reales tatuadas en los cerebros de los trabajadores como teorías políticas, jurídicas, supercherías, “sentido común”; como dogmas que ejercen influencia sobre el desarrollo de las luchas históricas y, en no pocas ocasiones, las deforman.
  7. Cunden los movimientos para la desorientación y el pesimismo individualistas y desmemoriados. Imponen sus “matrices ideológicas” para que reinen *poderes* terroríficos e invisibles que habitan dentro y fuera de la mente humana. Y esto determina, diariamente, la vida de millones de personas. Impera el miedo, la ignorancia, la superchería y el cinismo. Están acostumbrados los muchachos de la *patronal* a contratar trabajadores bajo condiciones extremadamente injustas. Están acostumbrados al cinismo. Es su divisa, saben que pagan sueldos miserables y que imponen jornadas insostenibles. Saben que ese es su negocio. Piensan que los sueldos bajos son un *triunfo* administrativo, un *logro moral* que permite abaratar costos. Saben que roban tiempo y fuerza, roban salud física y mental a los trabajadores y los ven enfermar y morir, alienarse a cada minuto, mientras la *patronal* goza los beneficios en complicidad con los burócratas de turno. Eso es lo que tenemos enfrente de nuestras luchas. He ahí un retrato simple pero real. La *patronal* es cínica porque a sabiendas de que roba y engaña se hace pasar por dadivosa, por “generadora de empleo”, por “cristiana”. Sus muchachos santiguan, se creen “buenos” y se aplauden entre ellos. Le besan la mano al cura.
  8. Se trata de un cinismo galopante que llena, palmo a palmo, la existencia de los pueblos. Son cínicos para saquear las materias primas y cínicos para explotar a los trabajadores. Son cínicos para invocar las leyes que no respetan y cínicos para exigir el respeto que nunca

practican. Cínicos para inculcar valores “buenos” en sus hijos; los mismos valores que están dispuestos a negar cada día. “No robarás” dicen a sus críos... mientras los recibos de pago son prueba palmaria del hurto *legalizado*. Empresarial y gubernamental. Son cínicos para aplaudir la democracia que asesinan en sus oficinas. Cínicos para defender los avances tecnológicos y no a quienes operan las máquinas. Cínicos que *aprecian* la “educación” mientras niegan a los trabajadores espacios para que se instruyan. Cínicos mientras exigen leyes laborales a su acomodo y cínicos a la hora en que evaden impuestos (deberíamos abrir sus libros un buen día de estos). Son cínicos por definición, capaces de aplaudir la “unidad nacionalista” del pueblo mientras combaten la unidad de lucha de los sindicatos. Cínicos a la hora de exigir personal “capacitado” y cínicos a la hora de pagar al trabajador sus méritos y títulos. Cínicos al exigir “seguridad” y “convivencia pacífica” mientras agobian con la violencia salarial y las condiciones extenuantes a los trabajadores. Cínicos de cabo a rabo. Son cínicos impúdicos y su cinismo alcanza para esconderse de sí mismos. Mirémoslo claramente. Miremos las cosas como son, sin espejismos y sin ilusiones. Entre esos cínicos y nosotros hay una lucha irreconciliable, añeja, de fondo y forma. Lucha que no admite conciliación, reconciliación ni olvido. Lucha contra lo peor de la historia humana. Lucha por lo mejor para el presente y para el futuro. Lucha que es de todos, que no acepta excusas ni ausencias. Se está de un lado u otro y los matices se diluyen día con día.

*El reino de la libertad comienza, en realidad, solamente donde el trabajo impuesto por la necesidad acaba y termina la obligación externa.* Karl Marx

#### **d) Las formas de la alienación**

Es preciso clarificar la conciencia contra toda obnubilación. Clarificación de imágenes e imaginarios con que personas y sociedades se interrelacionan en un lugar y época concretas. Qué ideología le impone sus premisas y que tan clara se tiene tal influencia. *Todo lo*

*que mueve a los hombres tiene que pasar necesariamente por sus cabezas. Engels. Es en el trabajo donde se manifiesta con más crudeza la contradicción entre las condiciones objetivas de la miseria, alienación, barbarie y la esencia de la humanidad productora de sus propios medios de subsistencia: la riqueza y la cultura toda que es el trabajo mismo. La naturaleza del hombre consiste, pues, en la producción de su vida El obrero se empobrece tanto más cuanto más riqueza produce, cuanto más aumenta su producción en extensión y en poder. El obrero se convierte en una mercancía tanto más barata, cuanto más mercancías crea. A medida que se valoriza el mundo de las cosas se desvaloriza, en razón directa, el mundo de los hombres. El trabajo no produce solamente mercancías; se produce también así mismo y produce al obrero como una mercancía, y además, en la misma proporción que produce mercancías en general. Marx*

Marx, analizó con profundidad el problema de la alienación que caracteriza las contradicciones del estado actual de desarrollo del capitalismo. Identifica a la alienación con la existencia de la propiedad privada y del conflicto Capital-Trabajo. Entendió que la alienación abarca todas las actividades humanas que son sometidas a monopolio para beneficio particular de quienes controlan la economía. Marx observó especialmente la alienación del trabajo y a través de ella caracteriza el sistema de las relaciones capitalistas y la situación del proletariado, es decir, qué relación sostiene un obrero con el que no lo es; qué relaciones sostienen uno y otro frente al trabajo que desempeñan y qué clase de relaciones sostienen con los productos de su trabajo. Es decir, qué calidad y cantidad de relaciones sociales determinan su relación con lo que cada trabajador produce. *La desvalorización del mundo humano crece en razón directa de la valorización del mundo de las cosas. Marx*

Y ahí se identifica claramente el imperio de fuerzas destructivas del trabajo y del trabajador, su degradación moral y física agravada por una circunstancia objetiva y subjetiva que impide encontrar y seguir las salidas para eliminar la propiedad capitalista y toda su parafernalia “ética”, “estética”, “ideológica”. La alienación del trabajo atrofia el cuerpo mientras degenera el “espíritu”. Es de importancia suprema

reconocer de qué manera la alienación del trabajo es fundamento de todas las demás formas de alienación, incluidas las ideológicas. Es de prioridad inexcusable comprender cómo se dilata, se suprime y se deforma el desarrollo la conciencia aún cuando las contradicciones de la vida colectiva real son cada día más brutales y cuando eso supondría una mayor capacidad para luchar contra eso organizados. Que la cosa se ponga peor no implica que eso sea mejor para la lucha, que la fortalezca o que nos haga más conscientes. *Con arreglo a las leyes económicas, la enajenación del obrero en su objeto se expresa en que cuanto más produce el obrero menos puede consumir; cuantos más valores crea menos valor, menos dignidad tiene él, cuanto más modelado su producto más deforme es el obrero, cuanto más perfecto su objeto, más bárbaro es el trabajador; cuanto más poderoso el trabajo más impotente quien lo realiza, cuanto más ingenioso el trabajo más embrutecido, más esclavo de la naturaleza es el obrero.* Marx

La alienación es el *trabajo* de muchos “especialistas” que sirven al capitalismo y que tienen como tarea producir “representaciones” falsas e ilusorias de mercancías y relaciones de producción; una “separación”, un “extrañamiento”, una “disociación” cuya matriz es la propiedad privada capitalista. El trabajador no es dueño de lo que produce, es sólo una fuerza más que se compra por unos centavos para que intervenga en un proceso que, no sólo no lo enriquece, sino que tiende a destruirlo. La alienación es esa separación, física y mental, del individuo frente a su obra y, más tarde, frente a su vida toda. Termina siendo ajeno a su casa, a su lugar de trabajo y a sí mismo. Lo que él ha producido ya no es extensión de sus habilidades sino un objeto extraño en el que no sólo no reconoce su trabajo sino que, además, reconoce fuerzas superiores que le dan “vida” al margen de la que el trabajador y su trabajo le confieren. La mercancía producida se vuelve fetiche y, en su perversión más sofisticada, la alienación anhela que el explotado aplauda y vote por quienes lo explotan, convencido y feliz de que lo exploten.

Fetichismo de la mercancía donde se disuelve, se hace invisible el trabajo sobre los objetos producidos para que estos tomen, en apariencia, “poderes” propios, “mágicos”, como si nadie los hubiese fabrica-

do, como si no hubiera cientos de personas detrás de cada objeto para hacerlo posible. Esta negación del trabajo en objetos, mercancías, inyectados de valores supra-naturales, extra-laborales e identitarios de clase, es la “materialización” del tipo de relaciones de producción capitalista que vive de la explotación del trabajo. El fetichismo de la mercancía sirve para ocultar la realidad, para alienarnos, separarnos de ella y para esconder la explotación del trabajo por el capitalismo. Sirve para convertir las mercancías en “maravillosas” por sí mismas y no por ser obra del trabajo de muchas personas que ofrecen su vida, su salud mental y física para realizarlos. A cambio de salarios miserables. Fetichismo y alienación para ocultar la economía burguesa, haciendo fetiches de cada mercancía con el propósito de encubrir la auténtica naturaleza del capital y ocultar la causa verdadera de la explotación de los trabajadores: el enriquecimiento de los dueños de las herramientas para el trabajo. *Indudablemente, la voluntad del capitalista consiste en embolsarse lo más que pueda. Y lo que hay que hacer no es discurrir acerca de lo que quiere, sino investigar lo que puede, los límites de este poder y el carácter de estos límites.* (Karl Marx, “Salario, precio y ganancia”, Pág 193, *Obras escogidas*, Editorial Progreso, Moscú, 1969). Marx contribuyó, decididamente, a develar (hacer visible) el secreto del fetichismo de la mercancía, sus raíces de clase, su base material objetiva.

### **e) La comunicación y la información también se fetichizan y alienan**

Hay entonces diversas “comunicaciones” organizadas e interconectadas para hacer eficiente el proceso de enajenación particular y grupal sobre el trabajo. El lugar donde se desarrolla el trabajo, su diseño organizacional, sus instalaciones, el modelo administrativo y las modalidades productivas devienen, necesariamente, de un marco teórico que define ideológicamente los modos de operar dentro de una organización cuyo eje es la producción y acumulación desigual de la riqueza. Estas organizaciones definen en su interior modelos de “comunicación” generalmente autoritarios y verticalistas donde priva

un esquema categórico rígido para un sistema de órdenes apuntaladas con un sistema de sanciones. El trabajador “aprende” un código de subordinación que se expresa en la totalidad de los medios con que cuenta la organización. En los casos más desarrollados interviene la arquitectura, el diseño gráfico, los dispositivos decorativos de oficinas, plantas de procesamiento, talleres y uniformes.

Una moraleja se reitera pertinazmente en los estratos principales, (y sus sustratos), de cada dispositivo “comunicacional” de la organización: “Nada de lo que aquí hay te pertenece. Aunque seas su creador”. Patente y latentemente la moraleja expresada en el cuerpo de la organización, desde su diseño de “imagen corporativa” hasta las “normas de cortesía” para clientes y empleados, obedece a la idea de separar, fracturar, quebrar todo principio de *pertenencia* que no sea solidario con los propósitos del enriquecimiento patronal. El asunto es muy complejo y obedece a la generación de una cultura de la “comunicación” en la que ciertos valores decorativistas, típicamente burgueses, van adaptándose funcionalmente a los espacios concretos donde la explotación se verifica. Con más o menos recursos para el “hermoseamiento” edilicio y/o gráfico, se expande, no muy silenciosamente, la necesidad de consolidar las organizaciones como campos de información que fluyen verticalmente desde los objetivos mercantiles, burocráticos o clericales, hasta el territorio específico donde el trabajador genera mercancía gracias a su mercancía llamada trabajo. Hace falta una semiótica de la lucha de clases dispuesta a leer los significados impresos por la lógica de la explotación en cada elemento de la *escenografía* capitalista para el drama diario de abaratar la mano de obra además de hacerla sumisa y agradecida.

Los grandes paradigmas de la “comunicación” empresarial integral devienen de modelos militares. Hay una simetría semiótica que subyace en los modelos de comunicación interna y externa con que los “centros de trabajo” se arropan. Simetría poco casual si se analiza el grado de coerción sistemática necesaria para convencer a un grupo de trabajadores de que están ahí para obedecer sólo órdenes pertinentes a su esclavitud. Aunque se llamen gerentes, obreros calificados, secretarías o vendedores. Esa semiótica de la lucha de clases deberá

ocuparse igualmente de leer, desmontar, para denunciar cada signo diseñado, no sin una dosis de crueldad, para hacer distinciones jerárquicas y fatalistas que sirven para que los subordinados tengan en claro el rol que la organización les asigna en la *alquimia* de convertir su existencia en beneficios para la empresa.

Este sistema de alineación, que nada tiene de sutil, sería incompleto si, fuera del espacio laboral, se rompiera cierta continuidad. Por eso hay otra simetría ampliada en el espacio urbano (que tiene equivalentes rurales) encargada de reproducir la moraleja de las organizaciones en cada territorio colectivo donde sea posible un encuentro con otros iguales explotados idénticamente. Los medios de “comunicación” del capitalismo tienen por tarea apuntalar las fracturas, la ruptura, la separación entre iguales para amainar, confundir y dilapidar su poder enredándolo con incomodidades, suciedad, abuso y prepotencia enganchadas con la fatiga secular que cada cual arrastra para regocijo comercial de los patrones. Esta no es una lectura *conspirativista*. No hay transporte urbano, fuera de algunos automóviles de lujo, que opere en rangos de dignidad elemental. Y no es casual. Sus definiciones como empresas, algunas de ellas gubernamentales, hacen imposible cualquier consideración con usuarios que, en la práctica, pasan a ser explotados también. La lógica y la estética de la explotación se han vuelto sofisticadas y generan maltrato sistemático, especialmente cuando se trata de espacios donde hay concentración de grupos. Se ha fabricado un filón ideológico jugoso con odios contradictorios en todo lo que implica compartir espacios públicos. Entre basura, suciedad, empellones, sudores, cansancio y mal humor se hace difícil reconocer a un semejante y mirarlo como coautor de una fuerza que pueda cambiar lo que se vive.

La cuota que aportan los medios de “comunicación”, en su versión transporte, no es cosa menor. Cualquier cálculo conservador arroja cantidades escandalosas de tiempo invertido sólo en acercar la mano de obra a las fuentes de explotación. Acercamiento que, además, es un negocio jugoso cuya riqueza también es producida por los trabajadores. Para acercarse o para alejarse de fábricas, oficinas etc. los trabajadores cuentan con empresas de transporte (“comunicación”), general-

mente operadas por monopolios miembros de la misma clase social (al menos ideológicamente) beneficiaria de la explotación. El flujo y reflujo de todas las formas de transporte ocurre, además, en un decorado urbano tomado estratégica y tácticamente por ejércitos de publicistas que hacen multipresente la imagen de la mercancía producida por esos trabajadores en estado de tránsito. La moraleja de la publicidad en vías públicas es simétrica y, semióticamente, la misma del interior de las fábricas. Signos, códigos, señales, textos, metatextos y una lista larga de eufemismos teorizantes hacen de las suyas para reiterar el mensaje del patrón. Trabaja contento mientras te pago poco y consume mucho lo mucho que fabrico (es decir, que tú fabricas).

La burguesía disfruta censurando. Es uno de sus placeres represivos. Es una de sus armas de destrucción masiva más letal. Sirve para depredar a las sociedades y las civilizaciones. En los últimos 100 años el imperialismo multiplicó, como fase agudizada del capitalismo y del nazi-fascismo, sus capacidades para censurar. Inició un período de crisis generalizada y precipitó la expansión de la miseria en proporciones nunca vistas. Millones de cadáveres y de mutilados, víctimas de la guerra, millones y decenas de millones de personas atemorizadas, aplastadas, embaucadas y engañadas. Se trata de un cataclismo descomunal. Se trata de una monstruosidad. Y hace callar a fuego y sangre a quienes denuncian.<sup>2</sup>

La censura, que no es otra cosa que la actualización cínica del fascismo. Toda censura es una forma de guerra ideológica, guerra de bandidaje y robo de la información. Sometimiento de la verdad en el reparto del mundo en colonias o territorios ganados por el capitalismo. La estética burguesa es un modelo regulador, canónico, de imaginarios alienados y alienantes que rinden tributo a la propiedad privada y que se amplifican con programas “culturales” armados desde las burocracias dependientes.

El crecimiento anárquico de las industrias del espectáculo constituye una de las formas de censura más características del capitalismo. Es que la censura no sólo sirve para manipular conciencias privándolas de su libertad de información, también es resultado de una lucha por los mercados de consumo producida por la crisis de sobreproducción de imágenes. Es decir, la censura es también una forma de impe-

dir la competencia. Si los medios, modos y relaciones de producción estética siguen siendo propiedad privada el peso de los monopolios se agudizará. A la ya odiosa censura que se ejerce, incluso desde la formación teórico práctica de los trabajadores de la estética, se agrega la casi total inexistencia de experimentación, mientras las metodologías de producción viven aplastadas por el empiriocriticismo y siguen desapareciendo autores incómodos de las bibliotecas universitarias.

Cada vez será más difícil adquirir, alquilar o conseguir prestadas las herramientas para la producción estética porque el costo de tales herramientas y la ausencia casi total de alternativas es también una forma de censura. La distribución y exhibición, seguirán atrapadas por monopolios impagables e impenetrables. Seguirá reinando la censura del cinismo comercial. Serán más frecuentes los ataques desde la prensa, las ridiculizaciones desde la televisión o la radio y los episodios de agresión directa escenificados por grupos de todo tipo contra documentalistas y documentales. Uno no puede dejar de analizar y desenmascarar los estragos históricos de la burguesía y la censura como su expresión fascista. Esto es tan urgente como el desarrollo teórico metodológico de su práctica junto a los pueblos que luchan por su liberación. La censura, directa o indirecta, expresa o solapada, impuesta o autoimpuesta, ideológica o económica, expresa el parasitismo y descomposición fascista del capitalismo que, apoyado en policías de la conciencia, pretende custodiar la información, la realidad, las ideas. La censura plantea una guerra civil de los significados.

#### **f) Alienación y cotidianeidad**

El capitalismo generó tecnología estratégica para *traspasar* los muros del hábitat familiar. Teléfonos, televisores, ordenadores... un arsenal de artefactos camuflados de status para que los trabajadores sientan que progresan mientras producen riqueza para fabricantes de teléfonos, televisores... La existencia de la explotación atraviesa con sus redes invisibles la totalidad de la existencia humana. Se idean mecanismos de adoctrinamiento y vigilancia que “comunican” un destino trágico enmarañado en redes cada vez más globales. Este es el gran triunfo de la “cultura mediática” mercantil que no se reduce a los

*mass media*. Es el triunfo de una estrategia y táctica que la clase burguesa financió para aniquilar, quebrar, alienar a los trabajadores mientras los convencen de que vivir quebrados emocionalmente, sin esperanza de organización popular, sin cambio de realidad, sin derecho a una vida digna, sin derechos ni medios para expresarse libremente “se puede ser feliz y agradecido”.

El trabajo de los medios de “comunicación” capitalistas es, además de producir riqueza explotando a sus trabajadores y a sus “consumidores”, contribuir creativamente en la alienación total. Contribuir tecnológica e ideológicamente sometiendo todo desarrollo científico o mecánico a la lógica de la explotación. Su carácter de “armas de guerra ideológica” es objeto y categoría indispensable para esta Filosofía de la Comunicación no sólo porque atraviesa históricamente el comportamiento colectivo y subjetivo de las sociedades determinando paradigmas esclavistas sino porque, en perspectiva, los datos del desarrollo monopólico de los distintos medios de “comunicación” avisan la profundización de una lucha ante la cual los trabajadores, la clase de los trabajadores, aparece en desventaja flagrante. Y ese no es un mundo digno de ser vivido sin una ciencia filosófica capaz de contribuir, desde su frente, a la lucha general de los trabajadores contra su esclavitud. Esto es, en sentido contemporáneo, hacer filosofía. Digamos... debería ser. *La esencia del hombre no es ninguna abstracción inherente al individuo aislado. En su realidad es el conjunto de las relaciones sociales.*<sup>3</sup>

Es en el trabajo, sus conceptos y práctica, donde están las claves de esta Filosofía de la Comunicación. Nos debemos un debate profundo y, ¿por qué no? un ajuste de cuentas relacionado con el ser y hacer de la comunicación toda. Como cualidad de los intercambios humanos y como mediatización. Debemos insistir en que no hay libertad posible en sociedades donde la vida material y psíquica permanezca alienada, quebrada, fracturada. La alineación está pensada y puesta para hacernos vulnerables y manipulables por los dispositivos capitalistas capaces de desfigurar algunos de las más importantes operaciones de nuestra conducta. La alineación trabaja sobre la conciencia que

es también medio regulador de la actividad que ayuda a construir modelos subjetivos de la realidad objetiva.

Marx escribió en 1843: *Desde ahora en adelante nuestro lema debe ser: reforma de la conciencia no con dogmas, sino analizando la conciencia mística que es incomprensible a sí misma, no importa que se manifieste en forma religiosa o política. Será evidente entonces que el mundo por mucho tiempo ha soñado con poseer algo de lo que sólo tiene que estar consciente para en realidad poseerlo. Será evidente que no es cuestión de dibujar una línea divisoria imaginaria entre el pasado y el futuro, sino efectuar las ideas del pasado. Por último, será evidente que la humanidad no está comenzando una labor nueva, sino conscientemente efectuando su vieja labor.*

El debate Capital-Trabajo sigue siendo la base de todo el comportamiento social. El trabajo es alienado cuando es trabajo explotado, cuando el trabajador no participa de la riqueza que su trabajo genera y es condenado a producir riqueza para otros. Hasta hoy los seres humanos hemos sido incapaces de sacudirnos la alienación que no es un problema sólo ideológico es, además, un problema concreto que cruza a todas las relaciones sociales. Y lo que contribuye a *tejerlas* como la comunicación misma. Por eso es ineludible estudiar las relaciones sociales, las relaciones de producción (y especialmente las relaciones de producción comunicativa) en el marco de la alienación cuya categoría mayor es la alienación del trabajo. Una sociedad dividida en clases es una sociedad alienada. El concepto de trabajo, en su acepción moderna, que supera (al menos en los diccionarios) la acepción de “tortura: *passalos* y *tripalium*”. Tiene orígenes también latinos como *laborare* (“hacer obra”, “obrar”, en el sentido de realizar algo concreto), *Lacónicamente: trabajo, antes del siglo XIV = tortura; después del siglo XIV = labor.*<sup>4</sup>

El trabajo deja de ser objetivación de capacidades, intelectuales y físicas, se convierte en fuente de desgracias, hambre, miseria, explotación, embrutecimiento; subordinación, lejos de ser la liberación de toda la creatividad, el desarrollo de la imaginación es vertedero de miserias materiales y espirituales de la clase trabajadora. La aliena-

ción es alienación económica e ideológica. Infraestructura y superestructura.

### **g) Burocracias de cultura y viceversa**

*Difícil de entender, difícil de explicar*

Con esto que el capitalismo ha engendrado bajo el nombre genérico de “Cultura” en épocas, ideas y formas desiguales y combinadas, tenemos a la vista tareas de estudio, criba, crítica y transformación contra las manías “culturales” burguesas y sus *moralejas* históricas. Contra esa cultura que justifica y *hermosea* la explotación de clase. Nada estúpida, a “palos de ciego” muchas veces la burguesía se ha preparado para la consolidación de su “imagen”, “identidad” y hegemonía en todas las escalas de la vida colectiva y particular. Ha *creado* esa “Cultura” que, incluso, ha desfigurado a la “técnica” como conquista magnífica y la ha vuelto instrumento de denigración y humillación. Hoy, todo eso que ha conquistado la burguesía en materia de “Cultura” se ha convertido en instrumento contradictorio que destruye las fuerzas productivas, frena el desarrollo y secuestra cuanto ha sido históricamente, de forma material y concreta, logro de la capacidad económica de la humanidad para asegurarse la existencia. Hay logros extraordinarios, hay que ganarlos, superarlos y ponerlos al servicio de todos. Lío enorme.

En su *ascenso* imperialista el capitalismo, monopólico-fascista, ha creado una “Cultura” generadora de la destrucción que encuentra pretextos ridículos a diestra y siniestra para adueñarse del mundo y de las conciencias. Química, física, matemáticas. Novelas, dramas, películas, invasiones, genocidios, guerras ideológicas. Cultura de exterminio. A estas alturas el capitalismo es repulsivo; ha impuesto matrices ideológicas de miseria y corrupción que andan por el mundo como moralejas fatalistas ante las cuáles no hay salida (dicen); sólo queda la resignación para poner otras *mejillas*. Cultura para que los *esclavos* se entretengan con “diversión” vulgar, superflua, banal y obscena. Cultura sólo para quien puede pagar en universidades o en salas de espectáculos. Ciencia a la orden de las billeteras, arte a la orden mer-

cenaria. Cultura clasista que prevé para los pobres una instrucción limitada a la servidumbre y un adiestramiento para que aprenda a rechazar su papel como dirección de cualquier cambio. Muy rentable. Cultura para que los explotados se *cultiven* y *diviertan* alienándose. Difícil de entender, difícil de explicar.

Hay un campo de lucha concreto y necesario a la hora de trabar oficios que construyan movilizaciones desde *abajo* y a fondo frente a las *definiciones* sobre la Cultura<sup>5</sup> y sus trampas rentables. Hay una gran tarea semiótica que debe realizarse para diagnosticar el patrimonio cultural sus recursos y fuentes, sus armas y su estado de ánimo, sus luchas de clase. Campo de lucha que dibuja escenarios nuevos y contendientes nuevos (y no tanto). Es un campo de lucha en el que aparecen, por ejemplo, las industrias de turismo que necesitan “cultura” de ornato; aparecen los *pastores* museísticos; aparece la *baba* demagógica de ciertos funcionarios urgidos de llenar informes y justificar gastos; aparecen también algunos zánganos con sueldos prebendarios; aparecen los mercachifles santones con bisutería erudita para amenizar tedios burgueses... fauna y flora de la decadencia que manotea desesperada los últimos reductos de supervivencia a lomos de algún presupuesto, una dádiva, un cargo... lo que sea la voluntad del patrón. Toda ambición de control y explotación necesita un aparato burocrático para controlar y explotar el trabajo de creadores culturales, artistas, científicos; en oficinas, talleres, fábricas, iglesias, escuelas, cerebros, ideas y sueños... moral para esclavos inoculada durante mucho tiempo con un imaginario letal que funge como verdad aplastante... la burguesía se apropia de la riqueza y del poder de los trabajadores a cualquier costo, se arma con soldados, policías y burocracia adiestrada para que subordine a sus controles de manera rentable, el saqueo y la explotación. Aunque haya que disfrazarse de *progres*.

Está a la vista un escenario de luchas urgentes. Se trata de conocer la Cultura en su estado actual sus intersticios y sus entrañas, sus bases y sus logros, su sello de clase y su contribución al ascenso humano o sus descensos para, desde ahí, impulsar dialécticamente una transformación organizada que será necesariamente distinta si sueña con una

sociedad sin clases, sin explotación y sin alienación. Eso puede orientar la lucha para una política en cultura, política cultural, cultura política. Esta vez sin patrones, sin clérigos y sin burócratas. ¿Es mucho pedir?

Compete a los trabajadores todos y a los trabajadores de la Cultura censar, intervenir, el patrimonio cultural y evaluar su estado actual con su deterioro, fraudes, falsificaciones, robos y persecución, incluso con indiferencia, contra los trabajadores de la cultura, especialmente quienes no han sido complacientes con la orgía *ilustrada* de algunos vándalos burócratas durante décadas. ¿Habrán que decir sus nombres? Hay que abrir los *libros*, mirar las *cuentas* de las burocracias y de los patrones para ver cómo se han manoseado los recursos “culturales”, la fuerza de nuestro trabajo y cómo se ha hecho de eso un enjambre de corrupción y humillación impune, indecente e injusto. Nadie podrá esclarecer esto mejor que los trabajadores organizados y revolucionarios. Nadie mejor que los trabajadores que logren sacudirse, de una vez por todas, los engaños y las ilusiones patronales y gubernamentales. Nada como hacerlo organizadamente.

Sería *medicinal* un proyecto revolucionario impulsado desde los movimientos sociales de base, desde la voluntad de los trabajadores mismos, para contribuir a la producción de una Cultura no alienada capaz de abonar a la emancipación de los explotados. No una Cultura que estrangule a los trabajadores victimados por sus necesidades elementales. Un proyecto de Cultura que se impulse con la fuerza de los trabajadores hacia el desarrollo de las fuerzas productivas, que nos libere de la alienación y permita ejercer un trabajo razonado y cuidadoso para beneficiarnos de los recursos naturales sin aniquilarlos. Necesitamos disponer de la totalidad de los conocimientos, incluso científicos y todas las técnicas creadas por la humanidad para mejorar nuestra calidad de vida y elevar la conciencia sobre nuestras fuerzas: cambiar el curso de la historia. Sin propiedad privada, sin “derechos de autor” mezquinos y usureros. Sin patrones. ¿Es un abuso insistir?

Hay que abrir los libros de las burocracias, de las empresas de “cultura”, de los *monasterios* de la *inteligencia*. Revelar a todas luces cuanto dinero poseen, cómo se lo agencian. Sueldos, premios, preben-

das y canonjías. Abrir los libros, exhibir cuanto hay y cuánto hay, por qué y para qué; abrir los libros del dinero y los libros de los conceptos con que se justifican y con qué se justifican los gastos. Hay que transformar, desde su raíz, toda concepción de “actividades programadas” que se programan sin el concurso de los trabajadores y sin beneficiar su calidad de vida. ¿Programadas por quién, para qué, con qué beneficios? Hay que interrogar a los manejadores del arte y la Cultura, sus “metodologías” tradicionales, sus prácticas viejas al modo y placer burgués que gobernó y gobierna desde en los Ateneos y Centros Culturales artísticos en cada país. ¿Es *feo* exigir esto?

No hay manera de librarse de esas “políticas culturales” burguesas más que organizándose con acuerdos y praxis que transformen a fondo la sociedad y las ideas clasistas. Expropiarle lo mejor que haya conseguido y ponerlo al servicio de la transformación definitiva de la sociedad y la conciencia. Una Cultura nueva que nacerá dialécticamente de lo que somos hoy. Nos guste o no. Aprovechar las tecnologías, las fábricas mejor equipadas por la burguesía, los mejores sistemas de cultivo, los mejores laboratorios, la mejor medicina, las casas más cómodas, las escuelas, centros de arte, museos... todo nos sirve mientras sirva para la superación permanente y para la destrucción de las hegemonías capitalistas. Eso mismo hay que hacer con la “identidad”, el “folclore”, las “tradiciones” y los “hábitos” heredados, la “herencia cultural” usada por los patrones para vanagloriarse a espaldas de los productores. Hace tanta falta mirar, críticamente, todo “tesoro de la cultura”, someterlo a un debate profundo, a una valoración abierta y aquello que impida el desarrollo de la humanidad... superarlo.

Dicho sea a los “políticos” esos “hacedores de cultura”, a los “programadores”, “educadores”, “diseñadores de eventos culturales” que estén en la *bancada* institucional que se hayan inventado o encontrado. A los que creen que “hacer Cultura” es *contratar* (dilatando los pagos e incluso sin paga) “espectáculos” para que caminen en el sendero neoliberal de la autofinanciación postrada ante el turismo y el sobismo *week end*. ¿Qué es ahora esa Cultura? ¿Botín de funcionarios nacionalistas y ruidosos con sueldos, viajes “todo pago” y

canonjías que sobreviven gracias al trabajo que hacen otros? ¿Qué es la Cultura, algunos *profes* y directivos enquistados en la repetición escolástica de fórmulas para detener el desarrollo del conocimiento y meter la cabeza académica en un agujero que no mira la crisis y la barbarie y menos la estudia para modificarla? ¿Qué es la Cultura, los préstamos, créditos, réditos y coctails para amigos, cómplices y seguidores? ¿Qué es, los distribuidores, sus salas, sus salones de fiestas, sus turistas y sus publicidades? ¿Qué es, festivales y *lobby*, para compadres, para recomendados, para protegidos con la bendición de un premio? ¿Qué es la Cultura, sus muchachos sagaces que se cuelan en cuanta beca aparece gracias a las gestiones de sus cuates e informantes? ¿Qué es, el *glamour* internacional de las embajadas donde algunos niños ricos juegan a ser “genios” con la dote de papá y la bendición de algunos burócratas?

Hay cierta “Cultura” de Estado, o de instituciones *benéficas*, que es verborrea de santidad ilustrada que chorrea hipocresía y que se niega a considerar a los artistas y a la Cultura como un trabajo que, como todo trabajo, debe salir de cuanto lo somete, explota y aliena. Esas instituciones aplauden con énfasis lo “genial”, lo “fabuloso” de la creatividad, mientras se olvidan de que se trata de trabajo y de que ese trabajo sirve, entre otras, cosas para que el productor de Cultura viva con dignidad. Es una manía burocrática muy desgraciada, desafortunada, admirar a la Cultura sólo cuando es negocio de alguien o para alguien. Esa Cultura de burocracia se contenta con salas llenas, especialmente si son turistas, se exhiba lo que se exhiba. Llenar salas, proliferar en espectáculos “concurridos” y movilizar cierta “Cultura” libresca benefactora de algunas editoriales para mantener en pie, hoy por hoy, las causas de los señoritos y los señorones de la Cultura con sus más profundas ambiciones y sus programas alienantes. ¿Es esto una *crítica* de “resentidos”?

Hay que erradicar todo modelo de elite con el que muchos funcionarios “planifican y programan” a espaldas de la imaginación de los que producen la Cultura. Cultura no es sólo lo artístico, lo tradicional o lo folklórico. Algunos estamos cansados de las verborragias *guberneras* que hacen de su Cultura de elite un manjar que debemos apete-

cer a ultranza si no queremos ser tratados de ignorantes o de enemigos. Algunos estamos hartos de financiar viajes y cócteles de esa gente *culta y linda* que va por el mundo llenando agendas de embajadas, clubes sociales y centros de Cultura donde las señoras de los funcionarios descargan lágrimas de cocodrilo y algunas veces lavan dólares de sus maridos. ¿Quién controla las subastas de Cultura indígena por ejemplo? ¿Quién controla el saqueo de piezas arqueológicas, pictóricas... alguien alguna vez recuperó los cuadros, esculturas, figurillas, etcétera que fueron *prestados* a ciertos funcionarios *importantes* para que decoraran sus mansiones oficiales? ¿Alguien alguna vez miró de cerca los inventarios y dónde quedaron los cuadros que muchos artistas donan a museos y galerías de los gobiernos? ¿Alguien alguna vez hizo un recuento de cuánto dinero se asigna a todas las actividades que se justifican como “culturales”? Si se destapara esta cloaca quedaría bien clara una expresión absolutamente corrupta del capitalismo disfrazado de ilustrado. ¿Esto incomoda a alguien? ¿Hay que pedir disculpas?

Por culpa de estas burocracias, entre otras cosas, los pueblos han perdido toda capacidad para administrar sus propias organizaciones. Por culpa de esa cultura de burócratas padecemos formas viciadas de uso, flujo o manejo de sus recursos. Por culpa de esa cultura de burócratas padecemos una de las expresiones más odiosas de la alienación mientras las burocracias se las ingenian para aparecer por todas partes y parecer indispensables para gozar de todos los bienes posibles, las comodidades y el “poder” en tanto que muchos trabajadores viven en la miseria y ven postergadas sus urgencias. Burocracia, así es entonces la injusticia. Si no son los trabajadores quienes asuman el control de sus organizaciones y trabajo con independencia política absoluta, seguirán sometidos a los caprichos ideológicos y formales de las élites burocráticas que, una y otra vez, no sólo no producirán los cambios necesarios para los trabajadores de la Cultura sino que se encargaran de postergarlos hasta derrotarlos.

Hay que decirlo en los talleres de artesanos, en los laboratorios científicos, en los centros de investigación, en las panaderías... hay que decirlo, a los albañiles y en las escuelas, institutos de dramaturgia

y teatro, escuelas de arte, cine, atriles, caballetes, muros... a los *profes*, a los espectadores y a todo mundo: los demagogos del arte y la Cultura se santiguan con sus sueldos y se sienten satisfechos por “llevar Cultura al pueblo”, gozan *orgásmicamente* cuando el jefe les da una palmadita en la cabeza y les aumenta alguna ganancia económica o política. Mueven la cola complacidos con su esperpento ideológico, su “Cultura” de elite triunfante, hija renga de la ilustración, que sólo entienden y sienten algunos *elegidos* y *eruditos*.

Mientras tanto, muchos miramos como el trabajo alienado en la cultura, la ciencia y el arte sirve contradictoriamente para someter y explotar más a los trabajadores que apenas ganan para vivir. Suelen no tener asistencia médica, no tienen posibilidad de jubilarse, dependen de caprichos políticos y empresariales, están cercados en circuitos de distribución cada vez más mafiosos, la materia prima es cada vez más cara, se les somete a un besamanos infernal para caerle “bien” al burócrata que programa salas, galerías, muestras, equipos de ayuda, becas, financiamientos; ni pensar en congresos, reuniones, capacitación, libros, tecnología; ni pensar en abrir espacios de docencia crítica y activa, espacios de creación libre y experimentación conciente. Ni pensar en debates políticos sobre la producción de cultura. Para cada cosa hay que tramitar permisos, mil formularios, colas y más colas, filas enormes, copias certificadas, fotocopias de documentos infinitos, credencial de identificación, avales y firmas bancarias, vínculos y certificados notariales y dos copias de cada acta y las firmas autorizadas y la constancia de pago de impuestos y la no deuda de infracciones viales y la bendición de Dios y el diablo, por las dudas. Relaciones, cuñas, palancas, amigos o amigotes que decidan o influyan en quien decide. Sonrisitas aquí, sonrisitas allá, soportar a más de un imbécil culto con iniciativa conversadora, otra sonrisita... Luego, con un poco de suerte, pagar poco, *compartir* lo mínimo, cuando piden un “porcentaje”, cohecho se llama, por lo entregado. De que los hay los hay.

Bien pensado no tienen derecho los burócratas a inocularnos sus *prioridades* de mentalidad burocrática, no tenemos por qué trabajar a *su* ritmo y con *sus* calendarios, con su “Cultura” de la dilación, manoseo y especulación. No hay razón sensata para aceptarlo aunque

muchas veces seamos víctimas de extorsiones vulgares o sutiles. Casi no hay nervios de burocracias culturales que no estén esclerotizados de corrupción. Corrupción es también tergiversar los términos de la realidad. Identificar a la burocracia, desnudarla y combatirla es una tarea fundamental. A qué intereses sirve y no es un problema terminológico o teórico, es un problema político de lo más importante. Cuesta muchísimo dinero a los trabajadores.

Para colmo los trabajadores del arte y la Cultura viven casi totalmente desorganizados o algunos se organizan sólo por demandas economicistas o negociaciones esporádicas contra algunas burocracias. De debate político y conciencia de su fuerza como trabajadores, de unidad con el conjunto de los explotados... casi no se habla, muchos creen que “queda mal”, otros sienten que “eso no es arte”. Y muchas personas caen en el juego, muerden el anzuelo; algunas son *buenas personas* que, en el mejor de los casos, son víctimas de su ingenuidad. Se prestan y “engordan el caldo” de las burocracias sin haber librado un debate político de fondo, sin poner en claro el lugar principal del trabajador, su obra y aporte por encima de los *administradores*. Se prestan y hacen comparsa sin debate político que haga entender que la cosa es exactamente al revés, que no son los burócratas, que no deben ser ellos quienes deben gobernar o dirigir la producción Cultura, y ninguna otra, con el control extorsivo del dinero, con el control extorsivo de las herramientas y los espacios de producción y exhibición... que no, que ¡ya basta!, que la cosa es exactamente al revés, que son los trabajadores los que han de organizarse sobre sus tiempos y premisas y que los administradores están para obedecer los acuerdos de base, las necesidades y estrategias de los que producen la riqueza cultural... es al revés, debería ser es distinto.

Hay que organizarse para construir un debate y una lucha contra la moralina cultural *benefactora* ideada por los empresarios, los clérigos y los burócratas sabihondos, que gastan hasta lo inimaginable para impedir el ascenso de los trabajadores de la Cultura. Hay que organizarse para movilizarnos desde las bases y hacia una Cultura donde los trabajadores constituyan su independencia política y generen junto al resto de los movimientos sociales de base, los obreros y los campesinos

nos, los dictámenes necesarios para definir los rumbos de la Cultura. Moverse organizadamente con delegaciones abiertas e interdisciplinarias que admitan una intervención renovadora y revolucionaria sobre la Cultura toda. ¿Es eso muy ambicioso?

Es una convocatoria urgente que cerrará, de una vez por todas, el paso a los diletantes y a los francotiradores. Organización de trabajadores y acción cultural directa con objetivos revolucionarios permanentes y hacia una producción cultural con independencia política. Cero privilegios, cero favoritismos, cero indulgencias crediticias. Las instituciones del Estado, ministerios, alcaldías, gobernaciones, etcétera relacionados, de un modo u otro, deben estar bajo el control de los trabajadores en general y los trabajadores de la Cultura en particular para que puedan determinar la ruta de su desarrollo cultural pleno. Es cierto no todo está mal. Pero todo debería estar mejor. Y eso es lo importante, hoy por hoy. ¿Podremos?

---

## NOTAS

1. Alienación: “La idea de alienación pueden rastrearse ya en la Ilustración francesa (Rousseau) y alemana (Goethe, Schiller), donde expresaba el carácter inhumano de la propiedad privada. Luego la filosofía clásica alemana, cambió un tanto el concepto en un sentido idealista. Para Fichte la alienación del sujeto es la creación del mundo por un Yo abstracto. Pero fue Hegel quien desarrolló la interpretación idealista de la alienación. Según Hegel, el mundo objetivo es el espíritu alienado. El desarrollo consiste en superar dicha alienación en el proceso de conocimiento. Feuerbach redujo la alienación a los fenómenos de la conciencia: consideraba la religión como alienación de la esencia humana y el idealismo como alienación del entendimiento. Por eso no encontró los caminos reales para acabar con ella pues los localizaba sólo en la crítica teórica. Marx

relaciona la alienación con la existencia de la propiedad privada y de la **división del trabajo**. La alienación abarca toda la actividad humana, pues cada tipo de dicha actividad se convierte en monopolio de un grupo aislado de personas, cuyo hacer es extraño a todos los demás miembros de la sociedad. Pero Marx investiga, sobre todo, la alienación del trabajo y fundamenta en ella todas las demás formas de alienación, incluidas las ideológicas, lo que permite comprender la **conciencia** deformada y falsa como resultado de las contradicciones de la vida real. De este modo estableció Marx la dependencia de la teoría respecto a la práctica. El descubrimiento de la alienación de trabajo permitió a Marx proponer los caminos para eliminarla: liquidar la propiedad capitalista. La alienación es un fenómeno ideológico que transforma los fenómenos y relaciones en algo distinto de lo que en realidad son, que deforma en la conciencia de los individuos sus auténticas relaciones de vida, crea una visión equivocada de la realidad, pero sobre todo de uno mismo y del lugar que verdaderamente ocupa en la sociedad: las relaciones de los obreros con los que no lo son, las relaciones de unos y otros con el trabajo y con los productos del mismo, el carácter real de las relaciones sociales, el imperio de las fuerzas **inhumanas** en la sociedad, la degradación moral y física del obrero, etc. En sus obras clásicas de las décadas de 1850 y 1860, Marx sustituye la categoría de alienación, que figuraba en sus primeros trabajos, por todo un sistema de conceptos, entre los cuales la alienación también aparece como característica concreta de las relaciones de producción del capitalismo”. <http://literal.ernor21.com/diccion/aa.htm#alienacion>.

2. “Los cinco países con mayor número de periodistas asesinados: 1. Filipinas 2. Iraq 3. Colombia 4. Bangladesh 5. Rusia. Total de periodistas asesinados en todo el mundo desde el 1º de enero del 2000: 121 Total de periodistas caídos en el cumplimiento de la profesión desde el 1º de enero del 2000: 190 Porcentaje de muertes que corresponde a los asesinatos: 64 Total de asesinatos en los cinco países con mayor número de periodistas asesinados: 58 Del total de asesinatos en el mundo, porcentaje de los asesinatos que ocurrieron en los cinco países citados: 48 Porcentaje del total de asesinatos en el mundo resueltos: 14 Total de asesinatos resueltos en los cinco países citados: 0.” [http://www.cpj.org/news/2005/murderous03may05na\\_Sp.html](http://www.cpj.org/news/2005/murderous03may05na_Sp.html)

3. Marx, 6ª Tesis sobre Feuerbach. “*Las “Tesis sobre Feuerbach” se encuentran en el “Cuaderno de notas” de Marx correspondiente a los años 1844-1847 y llevan el título “Sobre Feuerbach”. Al editar en 1888 las “Tesis”, Engels las redactó, introduciendo en ellas algunos cambios con el fin de hacer este documento, que Marx no se proponía publicar, más comprensible para los lectores. En la presente edición, las “Tesis” se ofrecen tal y como las publicó Engels, agregando con el manuscrito de Marx delante, subrayados y entre comillados que no se*

ven en la edición de 1888. El título de “Tesis sobre Feuerbach” se debe al Instituto de Marxismo-Leninismo”.

4. Soler Aloma, Jordi: Sociedad y Alineación. Vigencia de los Planteamientos de Marx en el análisis del mundo actual. [www.rebellion.org/noticia.php?id=2091](http://www.rebellion.org/noticia.php?id=2091)

5. “Empecemos recordando que Cultura significó originalmente campo arado y cultivado, en oposición a la floresta o al suelo virgen. La Cultura se oponía a la Naturaleza, es decir, lo que el hombre había conseguido con sus esfuerzos se contrastaba con lo que había recibido de la Naturaleza. Esta antítesis fundamental conserva su valor hoy día. Cultura es todo lo que ha sido creado, construido, aprendido, conquistado por el hombre en el curso de su Historia, a diferencia de lo que ha recibido de la Naturaleza, incluyendo la propia historia natural del hombre como especie animal. La ciencia que estudia al hombre como producto de la evolución animal se llama antropología. Pero desde el momento en que el hombre se separó del reino animal -y esto sucedió cuando fue capaz de utilizar los primeros instrumentos de piedra y madera y con ellos armó los órganos de su cuerpo-, comenzó a crear y acumular Cultura, esto es, todo tipo de conocimientos y habilidades para luchar con la Naturaleza y subyugarla. Cuando hablamos de la Cultura acumulada por las generaciones pasadas pensamos fundamentalmente en sus logros materiales, en la forma de los instrumentos, en la maquinaria, en los edificios, en los monumentos... ¿Es esto Cultura? Desde luego son las formas materiales en las que se ha ido depositando la Cultura -Cultura material-. Ella es la que crea, sobre las bases proporcionadas por la Naturaleza, el marco fundamental de nuestras vidas, nuestra vida cotidiana, nuestro trabajo creativo. Pero la parte más preciosa de la Cultura es la que se deposita en la propia conciencia humana, los métodos, costumbres, habilidades adquiridas y desarrolladas a partir de la Cultura material preexistente y que, a la vez que son resultado suyo, la enriquecen. Por tanto, consideraremos como firmemente demostrado que la Cultura es un producto de la lucha del hombre por la supervivencia, por la mejora de sus condiciones de vida, por el aumento de poder. Pero de estas bases también han surgido las clases. A través de su proceso de adaptación a la Naturaleza, en conflicto con las fuerzas exteriores hostiles, la sociedad humana se ha conformado como una compleja organización clasista. La estructura de clase de la sociedad ha determinado en alto grado el contenido y la forma de la historia humana, es decir, las relaciones materiales y sus reflejos ideológicos. Esto significa que la cultura histórica ha poseído un carácter de clase”. León Trotsky: *Cultura y socialismo*.

[http://peru.elmilitante.org/index.asp?id=muestra\\_cat&cat=15](http://peru.elmilitante.org/index.asp?id=muestra_cat&cat=15)

## VIII. Estética de la burguesía

### a) Lo que la burguesía “comunica” y sus tácticas hermosas

*La debilidad principal de la estética burguesa es que rechaza a priori las influencias sociales que conforman el desarrollo del arte. De esta forma, reducen el desarrollo del arte a algo esencialmente personal un fenómeno psicológico. Este subjetivismo es característico del actual enfoque burgués de todas las ramas de las ciencias sociales: filosofía, economía y sociología. En realidad, la idea de que el arte puede estar fuera y por encima de la sociedad es una contradicción. Aunque el arte, la literatura y la música tienen sus propias leyes de desarrollo, y que no se pueden reducir a economía o sociología, no están separadas de la sociedad por una muralla china. El arte es una forma de comunicación, aunque muy peculiar. Allan Woods*

Para *hermosear* su *cementerio* mundial la burguesía ha financiado, como parte de su propia evolución, la invención de un modelo estético que debe ser estudiado hasta su médula. Surge de una “doble moral” capaz de prodigarse en gestos *misericordes*, muy teatrales, en amoríos con las “expresiones más altas del espíritu” (mientras se cotice en los mercados) y en “alabanzas al talento científico” (mientras provea *inteligencia* para el negocio). Doble moral burguesa especialista en hacer pasar la miseria por *logro* del progreso. Incluso en sus fiebres más austeras, la estética burguesa sostiene su doble discurso. La austeridad es para los pobres.

Hay géneros, estilos pictóricos, literarios, gráficos, fílmicos, televisivos (comunicacionales) burgueses dedicados a perfeccionarse para halagar las urgencias íntimas del placer capitalista. Es decir, el triunfo final de los monopolios imperiales que se sucedan, como reinos eternos, por los siglos de los siglos, en un mundo feliz alejado del *espectáculo* sucio que *producen* los pobres. Un mundo tecnologizado plagado de *comodidades* que esconden la importa del trabajo socialmente necesario para su existencia.

El arte abstracto como histeria de la sublimación o cuando la razón burguesa se auto-niega. Quizá una de las corrientes que mejor ha expresado cierto espíritu de la estética burguesa apoyada en recursos geometría para la *armonía* es el “arte abstracto”. O la abstracción presentada como arte. En este “arte” hay una nostalgia pitagórica por las formas puras (Mondrian, Klein, Rothko o Manzini) Es acaso un idealismo representado sobre en un plano donde no hay *conceptos* sólo forma, y pura. Sólo la *pureza* del “ser” es bella y el “ser” sólo es absolutamente puro cuando se libera de sus “accidentes” o materias. Es un “arte” desinteresado por el *significado* (muy interesada por la materia dinero) y que cree que en la estética de las proporciones y de la quintaesencia de la razón está la belleza absoluta liberada de la toxicidad de las ideas. Eso ya es una idea. Arte puro. Arte por el arte. Belleza del absoluto.

La estética burguesa pone acento en la idea (su idea) de *diversidad* que es en el fondo libertad de mercado, libre competencia, por su parte también falaz, porque en el fondo está la idea rectora de todo su esquema estético que es el monopolio imperial. En este caso, se hace fetiche toda mercancía tocada por la ideología estética que es la transformación del producto social en una cosa metafísica. La mercancía es resultado de las relaciones objetivas de producción más la inyección ideológica que, en la economía capitalista, alcanza a los estatutos de mediación, “comunicación”: ella refracta la relación social de los hombres como una relación de objetos, o mejor, como una relación objetiva entre cosas. La forma mercancía y su estética burguesa es síntesis de la relación social que nace del trabajo para traicionarlo. Doble moral bajo la cual operan los medios de “comunicación”.

Brillan además, con fulgores propios los baluartes ideológicos que se actualizan en lo social, en lo individual con los estragos estrambóticos del *absurdo* que se adueñan de nuestras vidas y comunicaciones. Ahí, donde se violentan ciertas fronteras del “sentido común” la comunicación sufre estragos e *histerismos* que se manifiestan sobre casi todos los objetos y sujetos. Es la estética de lo grotesco, convertida, hoy por hoy, en epidemia nacional de muchas sociedades, vícti-

mas de un sistema suplantador del existir propio por otro *glamourizado*, frecuentemente “trucho” y exótico a la fuerza.

Un poco la cultura de masas, un poco las influencias históricas, un poco el correlato individual en los “juicios del gusto”, licuados caprichosamente se apoderan de hábitos, objetos, individuos y pensamientos para imprimir sobre la realidad un sello indeleble que se estampa en cuanto puede. Suele tomarnos por sorpresa pero también suele ser deseado, buscado y financiado por, en, desde y hasta las razones más inopinadas.

Lo grotesco, intencionalmente o no, produce un tipo específico de *perturbación* que mueve a risa, burla o desautorización. Lo grotesco penetra e intoxica todas las categorías estéticas, las desplaza y les produce fantasmas que multiplican la imagen desfigurándola parcial o severamente. Lo grotesco *ofende* por su condición un cierto principio de naturalidad, de sentido común, de equilibrio y arreglo que norman nuestra percepción de lo pertinente e impertinente. Lo grotesco altera, intensifica, satura de nosotros o de las cosas, ese algo cualitativo y cuantitativo que en *estado puro* permite relacionar la realidad coherentemente, economizar los esfuerzos, expandir la inteligencia, transformar los hechos y ejercitar la autocrítica. Voluntaria o involuntariamente lo grotesco es una trasgresión que anula la sensatez. Nada está a salvo.

Son portadores del *virus* de lo grotesco cuantos objetos, sujetos y pensamientos sucumban en la tentación de fanfarronear, con su vanidad, heroísmos mediocres en los que se protagoniza el melodrama de la autocomplacencia más exacerbada. El mayor o menor grado *patológico* se determina en los umbrales de la personalidad y llega a producir crisis de respeto hacia los demás. Lo grotesco esquizofreniza ese algo intoxicado por él. Sea de la especie que sea. Se exprese a lo largo, ancho y profundo de la realidad.

Contamina tiempos, espacios y atmósferas. Daña sueños, esperanzas y anhelos, juegos, amores y convicciones. Toda la historia está plagada con ejemplos y seguramente la contemporánea es la más odiosa por el aporte generosísimo que la cultura de masas ha hecho en materia de esperpentos. En los casos más increíblemente frecuentes lo

grotesco ha fijado paradigmas que las sociedades asumieron con una cierta fruición sospechosa. Modas, ideas, religiones, tabúes, espectáculos y cientos de conductas individuales y colectivas invadidas por lo grotesco sin que nada o nadie pudiera poner alto alguno. Hay líderes, artistas, místicos y empresarios de lo grotesco. ¿Dónde parará? Entre vestuarios, adornos, maquillajes, poses, postizos, amaneramientos, retóricas, desplantes y miles de sucedáneos y conexos, vivimos una *performance* cotidiano exuberante que parafernaliza, con su necesidad, cada centímetro de la existencia. Y hay días en que se vuelve insoportable.

Basta con repasar las programaciones cinematográficas, radiofónicas o televisivas para documentar los excesos y enfebrecimientos que lo grotesco logra desarrollar en manos de muchísimos criterios alejados de la *prudencia* por una razón u otra. Por ejemplo, el autoritarismo de discursos unidireccionales y verticalistas que del receptor sólo quiere fanáticos tan acrílicos como él. Basta con ojear algunas revistas, libros y pasquines de todo tipo para sentir en su potencia máxima la fuerza de lo grotesco que, rápidamente, seduce a muchos dispuestos a la imitación. Por costumbre, por desinformación, por no poder comparar, por colonización ideológica o por crisis de los sistemas educativos. ¿O todo junto?

Vacunar con antídotos eficaces a la sociedad tiene hoy la dificultad suprema de saber quién puede hacerlo y si los grupos están conscientes del mal que se metió a sus vidas silenciosa e impunemente. Tiene el problema de saber si el enfermo quiere curarse y si por último, existe curación. Lo grotesco crea hábito. El kitch lo sabe.

Para las sociedades en las que el conocimiento, búsqueda y apropiación de la calidad educativa se volvió anécdota de tiempos idos y para grupos en los que se perdió el pudor por la ignorancia, la amenaza de lo grotesco se cierne como destino ineludible que debe soportarse, porque quienes deciden los modos o medios educativos y comunicacionales, están empantanados en el mal gusto como filosofía, en la procacidad como diversión, en el insulto como negocio y en lo grotesco como estilo.

No se estimula el análisis, el cuestionamiento ni la intercomunicación verdadera. No se estimula la valoración genuina de las aportaciones colectivas que sostienen la cultura. No importa la susceptibilidad social ni la opinión del público. No interesa la integridad emocional ni estética de los pueblos y mucho menos importa tener culturas emergentes cuya independencia, salud y potencia creadoras estén libres de las contaminaciones mercantiles más detestables que proponen con foquitos, concursos, lentejuelas, alaridos, postizos y disfraces el gusto más mediocre. Por eso se afirma que lo cultural no es negocio. El respeto brilla por su ausencia.

Todos tenemos algo que reflexionar ante el imperio de lo grotesco pero no tenemos estrategias para contrarrestar ataques en territorios donde nos tomaron por sorpresa. Padres, profesores, críticos de la cultura y todos los que se preocupan por la formación y conformación contemporánea, precisan de bastiones donde organizar y rearticular la crítica ante ese sistema de valores, que no es obligatorio aceptar aunque se nos imponga desde la mamadera o antes.

Nadie sabe si acabaremos aborreciendo o glorificando lo grotesco. Al paso que vamos cualquier pronóstico conservador es pesimista, lo más probable es que, con mayor fuerza, sigan apareciendo en nuestras vidas esos quiebres estéticos *desconcertantes*. Uno de estos días, frente al espejo, miraremos la figura desorbitada de un *payaso* histérico y no sabremos distinguir a ciencia cierta, personaje de qué fantasía perversa somos. Como en la tele.

### **b) 13 características de la estética burguesa**

*De los siervos de la gleba de la Edad Media surgieron los “villanos” de las primeras ciudades; y estos villanos fueron el germen de donde brotaron los primeros elementos de la burguesía. Karl Marx, Manifiesto Comunista*

*(...) el proletariado de cada país debe acabar, en primer lugar, con su propia burguesía<sup>1</sup>, añadiendo que el proletariado no tiene patria. No se les puede arrebatar lo que no poseen. Karl Marx*

1. Pasión por el individualismo, pragmatismo y criticismo. El autor descontextuado.
2. Autosatisfacción por la evasión sublimante.
3. Atomización. El producto debe esconder al proceso. El producto aliena al trabajo.
4. Petulancia, arrogancia y exhibicionismo...ostentación.
5. Fascinación fetichista por las maquinas y la velocidad. La forma es más importante que el contenido.
6. Decoración. La forma es tributaria del mercado y de la ideología dominante. Burocracia e instituciones para cuidar las formas.
7. Belleza como mercancía para la decoración.
8. Principio de placer rentable (goce) como fuente de negocios. Negocios como fuente de goce.
9. Arte, belleza y cultura como *maquillaje* de clase.
10. El *rating* determina el *valor* del “arte” y la “Cultura”. Sólo es atractivo lo que disfrutan los ricos.
11. Importa más la cantidad, el bajo costo y lo fácil de hacer, que la calidad.
12. Habita en el producto la *musa* que anhela el consumo alienado de “las masas”.
13. Importan las masas sólo si “consumen”.

### **c) Lugar de la estética en la comunicación**

Es importante que la estética no se ocupe sólo del arte.

En tanto sea posible, mantener en estado de crisis el concepto de arte, a sabiendas claras de los debates que ha producido, y mientras sea posible someter a interrogación el concepto de comunicación. Estamos ante la necesidad de enriquecer los fundamentos y alcances de una disciplina filosófica que se dedique al problema de la economía del goce. A eso llamaremos aquí, provisionalmente, “estética”. comunicación y estética son producciones teóricas y prácticas indisolubles. No existe proceso de comunicación sin cualidad estética como no hay proyecto estético sin cualidad comunicacional. Estas expresiones sociales poseen desarrollos relativamente independientes

cargados con encuentros históricos en los que domina, no hegemónicamente, un principio de diversidad necesaria.

Lo que hace fascinante el estudio de las relaciones entre comunicación y estética (puestos en el orden que se quiera) es la diversidad expresiva y su inteligencia estratégica en un punto de cruce donde lo social y lo individual dejan de ser contradictorios. Es decir, el trabajo. Dos podrían ser, en una síntesis muy restringida, las líneas fundamentales sobre las que se desarrolló la estética. En una línea de sentido amplio estética significa producción filosófica de pensamientos y debates en torno a las relaciones entre sensación y emoción, no al margen de vínculos con otras disciplinas; involucraría el estudio del goce, el placer y todas sus implicaciones en la formación de un tipo específico de gusto. Partiendo del trabajo. La otra línea de sentido restringido se enmarcaría en la definición de estética como teoría (o filosofía) específicas del arte, para el arte y para cierto arte.

Aquí se propone un uso del término “estética” en un tercer sentido de tipo comprensivo en el que cabe la idea de un filosofar sobre las relaciones y contradicciones entre datos sensibles y emociones en contextos históricos, sociales y económicos determinados. El trabajo con sus expresiones diversas y su carácter político, económico y poético impone a la estética y a la comunicación matices de clase y problemas múltiples vinculaciones con la libertad expresiva. Adicionalmente, en esta acepción se incluye la posibilidad de pensar el arte (las artes) como trabajo social determinado. Y no exclusivamente. No se trata de una definición ecléctica sino del establecimiento de una construcción conceptual preliminar que permita escalar, dialécticamente, con un método inclusivo, el territorio complejo de la creación y el análisis; el pensar y el hacer, la teoría y la práctica relacionando el trabajo con la estética y la comunicación sus determinaciones sociales e individuales al lado de sus saltos cualitativos a lo largo de la historia. De esta manera quizá es posible establecer semejante uso terminológico como base para alcanzar una exploración mejor de los paradigmas estéticos contemporáneos, especialmente en materia de expresión audiovisual como fenómeno que sintetiza arte, ciencia, filosofía, comunicación y estética.

No se puede estudiar estética y comunicación sin una base material e histórica que caracterice puntualmente la realidad toda de los seres humanos sometidos a determinaciones de orden diverso. No se puede estudiar estética al margen de las relaciones humanas con su carácter de clase, sus avances y retrocesos, individuales y colectivos. La estética es indisoluble de su base humana, de su razón de ser en las necesidades y realizaciones humanas, en su dimensión intimista tanto como en su dimensión cultural-social. En esta elaboración conceptual, herramienta de trabajo estético, hacia una definición preliminar, la base social, el tejido de las relaciones sociales no cumple sólo con servir de contexto decorativo. Es, por el contrario, nota esencial. Premisa mayor de la definición y base metodológica que pondrá, críticamente, tarde o temprano, en contacto mis hipótesis, es decir, el significado teórico y práctico de la estética, con el concepto trabajo en sus sentidos más amplios, como actividad humana creadora por excelencia. A pesar de los pesares y de todas las vejaciones que históricamente ha sufrido.

Es impensable el estudio de un proyecto estético sin una red conceptual multidimensional capaz de dar contexto y construir conocimientos emparentados con la identidad, el placer, la necesidad, las crisis, las emociones y el trabajo humanos, entre otros. También es impensable el estudio de un proyecto estético sin el debate entre las prerrogativas estéticas emitidas y las recibidas.

Todo proyecto estético es estrategia modal (uso el término modal y el término modelización siempre al margen de la idea kantiana de modelo, aunque más adelante se estudie). Respuesta a necesidades de comunicación siempre pero tramitada, tal respuesta, bajo consideraciones que atañen, en simultáneo, a la subjetividad y a la cultura. La estrategia es la expresión, la exteriorización de pensamiento que modela sus modos de transmisión y estancia en el (o los) destinatarios al calor de intenciones, deseos o placeres diversos, desiguales y combinados, que están en el emisor de un modo y quieren estar en el destinatario de otro modo, a veces idénticos, a veces distintos.

No hay estética inocente. En la medida de su ser modalidad y estrategia, la estética es declaración de intereses diversos. Para gusto

o para disgusto. Consciente o no. Lo que un proyecto estético comunica son ideas modeladas por un propósito específico frente al cual emisores y receptores no siempre son conscientes, condescendientes o coparticipes. Lo que un proyecto estético comunica es la visión, sensación, emoción de una realidad que debe ser entendida, sentida, experimentada de una manera determinada por el discurso estético elegido. Y para esto la diversidad de exteriorizaciones humanas se vale de medios múltiples. Artísticos o no.

El principio de diversidad en estética no exige o supone complicidad a ultranza sino crítica. La estética por sí misma es crítica. Elección, separación. Organización y jerarquía. ¿Qué va primero, qué después para que ocurra el rechazo o la solidaridad con una idea o un objeto? ¿Qué debe ser más grande en el arreglo de pensamientos o cosas, qué más profundo o ancho, suave o rígido? En suma ¿qué más hermoso o despreciable, para mencionar, sólo como ejemplo, algunas de las categorías recurrentes de los proyectos estéticos? Estética es crítica y por eso es estrategia y táctica.

Pero se trata de una crítica y estrategia de la modalidad, con una modalidad propia, siempre para la propuesta expresada en diversidad. Nos guste o no. El proyecto estético, en tanto que elaboración humana específica, se tiñe con las calamidades y virtudes de la humanidad en lo individual y en lo colectivo. El proyecto estético surge como parte de una búsqueda interminable en la que pesa la búsqueda misma y el hallazgo como factores definitorios del proceso. El proyecto estético no es inocente. Trabaja en la dirección de un modo expresivo que desea fuerza de penetración y estancia. El proyecto estético es un aviso que establece reglas de intercambio en el que los códigos no siempre tramitan su convención explícitamente. La estética no es buena *per se* ni bella *per se*. ¿Qué la define? En general, su práctica.

Al poseer carácter de modalidad, la estética suele estar emparentada o definida como producción relativa a las formas. Pero eso es reduccionismo. La estética también es idea o, si se prefiere, ideología. Y tiene su lógica. Toda producción estética es autoconciencia del intercambio humano. Al constituirse el intercambio en piedra fundamental del trabajo humano y desarrollarse hacia estrategias múltiples,

como la comunicación por ejemplo, el intercambio demandó diversidad en objetos e ideas determinados por tipos diversos de utilidad. Unos y otros, avenidos circunstancialmente a estados de satisfacción provisional, donde el carácter del placer hizo referentes y constituyó experiencias paradigmáticas. Es en el fragor de los intercambios donde se ensaya la modalidad y la diversidad con intereses específicos sobre el estancamiento de los intereses en los hábitos de producción de discursos o de objetos. El proyecto estético nada tiene de inocente y nada de decorativo. En su origen el proyecto estético cumple cometido de identificación, identidad, que trasciende lo individual y lo cultural para fundirlos sin confundirlos.

Esta tarea de la producción estética, como toda producción humana, ha evolucionado cuantitativa y cualitativamente con avances y retrocesos irregulares, azarosos y, en ocasiones, detestables. La estética también es trabajo humano sometido a las mismas calamidades y devaneos con que el trabajo humano ha sido maltratado históricamente. De la estética es esperable modelización permanente de las expresiones humanas que en ningún caso sea indiferente a las realidades humanas en todas sus luchas, desde la lucha incesante frente a la naturaleza hasta la lucha de clases.

Toda producción estética en tanto producción humana, es también cualidad del trabajo humano. Imprime a éste la modalidad de una manera de sentir en su acepción más amplia, de lo sensorial a lo emocional, la realidad toda, de lo abstracto a lo concreto y viceversa, la materia, el tiempo, el espacio y todo lo que éstos suscitan en la imaginación, la fantasía. Estética es modelado de imágenes. Es modo en que las imágenes se presentan en el interior y en el exterior humano siempre con un fin transformador que a veces está asociado al placer, al bien común, al desarrollo. Aunque no siempre.

Estética es creación de diversidad modelante para que el trabajo humano salte desde lo cuantitativo a lo cualitativo. Creación de diversidad para emisores y receptores aún en los casos en que la búsqueda coyuntural no sea el desarrollo sino el estancamiento. La tarea de la estética también ha tenido períodos de contradicción no poco productivos. Incluso para detener la historia, para producir una sensación de

quietud del tiempo, la producción de modos y su diversidad nos ha dejado, como en una parte de la edad media y buena parte de la modernidad, la sensación de que la capacidad productiva, de la imaginación hegemónica cuenta con yacimientos estéticos inagotables. Así sea estética de la humillación, el genocidio, la explotación y la depresión que somete y sometió a muchos pueblos a un discurso de resignación hermosamente presentado. De lo cuantitativo a lo cualitativo en estética no necesariamente significa libertad para la dignidad humana. La historia de la estética dio muchas pruebas.

¿Pero qué es entonces la estética si puede ser, a su vez, modeladora modelada para los caprichos más contradictorios? una herramienta autoconsciente de la inteligencia, y la inteligencia no siempre sirvió para la dignidad humana. Quienes se han preocupado por desentrañar el origen y papel de la estética en la historia humana, produjeron, hasta hoy, la misma clase de experiencia que la filosofía produjo. Para mejor o peor. Mucha explicación poca transformación.

#### **d) ¿Definiciones?**

Etimológicamente, estética deriva del griego “Aisthesis” (percibir por los sentidos), y aparece formalmente como concepto filosófico en la obra de Alejandro Baumgarten. (siglo XVIII. Alexander Gottlieb Baumgarten (1714-1762) filósofo alemán, seguidor de Christian Wolff y de Leibniz. En *Meditaciones filosóficas sobre algunas cuestiones de la obra poética* (1735) propuso el término «estética»; designó la ciencia que trata conocimiento sensorial que llega a la aprehensión de lo bello y se expresa en el arte, distinto a la lógica, ciencia del saber intelectual. Dedicó su trabajo, inacabado, *Estética* (t. I, 1750; t. II, 1758).a los problemas del conocimiento sensorial. Baumgarten no es el fundador de la estética como ciencia, pero el término que propuso alcanzó difusión amplia.

La estética es disciplina filosófica al igual que la teoría del conocimiento, la lógica, la ética y todas las demás disciplinas filosóficas. “Estética” (*aistesis*) significa sensación. Alejandro Baumgarten, en el siglo XVII, la caracterizó como ciencia filosófica de la belleza. Las pri-

meras ideas filosóficas sobre lo bello y del arte nos llegan de Grecia, sin embargo, muchos autores coinciden en admitir que tales ideas estéticas no se constituyeron en disciplina autónoma sino hasta mucho tiempo después.

Platón, Aristóteles y Plotino destacan con sus aportaciones. Platón expuso una teoría de lo bello y del arte. Su idea de belleza está determinada por cierta proporción numérica y geométrica. Identificó lo bueno con lo bello. El arte, según él, es una sombra de la sombra; porque es una expresión del mundo sensible, y éste a su vez no es más que una sombra del mundo ideal.

Aristóteles, pensó el arte a partir del principio platónico de la mimesis (imitación). Arte es imitación de la naturaleza; Arte es creación de belleza que se logra gracias al orden, la proporción y la armonía. Su teoría (aristotélica) pretende cierta purificación de los afectos (catarsis). Cree en la pasión idealizada por el arte donde el público se libera de la pasión real de manera que, por ejemplo, en la tragedia, el enfrentamiento de pasiones en los protagonistas, libera de las suyas propias, y alcanza la *sofrosine* y armonía que ya Platón había expuesto.

Plotino sostuvo que todo ser es bello porque al participar de esencia, participa también de belleza. Identifica entonces varios grados. Primero: el predominio de la forma (es reconocida por el alma) sobre la materia. Segundo: la belleza intelectual y moral, como belleza de la ciencia y la virtud. Tercero: la belleza trascendente se identifica con el bien y con el Uno. Sostiene que hay que despojarse de las cosas materiales, transformar la mirada por una espiritual que deje (contemplación) ver la belleza.

Para la filosofía medieval e incluso en los primeros pensadores de la edad moderna también aparecen ideas estéticas aunque siempre con influencias muy claras del pensamiento griego.

Se identifica a Alejandro Baugarten, discípulo de Leibniz, a través de Christian Wolf, por usar el término “estética” como ciencia que se preocupa por la lógica de la representación sensible. Influenciado por Leibniz cree que, en tanto la verdad es perfección del conocimiento racional, la perfección de la representación sensible es la belleza.

Así, belleza es objeto de la ciencia (estética). Con Baumgarten, el término estética cobró presencia en tanto ciencia especializada en estudiar “arte” y “belleza”.

Tras Baumgarten, suceden los aportes de Kant y luego Hegel. Mientras en Kant es posible destacar sus aportes para constituir la estética en disciplina autónoma, en Hegel encontramos la delimitación de una ciencia nueva. A partir de entonces, es necesario reconocer a la estética como ciencia estrictamente filosófica cuyo objeto comenzará a precisarse en comparación con otros problemas estéticos que definían belleza aunque arte y belleza significarán campos amplios e imprecisos. Por ejemplo, el “tó kalón” griego lo mismo era belleza corporal y sensible que ideal y espiritual; significaba belleza natural y belleza artística con producción humana. Hegel delimitó la estética al afirmar que su objeto no son todas las bellezas. Sostuvo que el objeto de la estética es sólo “la belleza en el arte”.

Kant, con su método trascendental, parte de la conciencia artística para indagar qué hace posible al arte y a los fundamentos de validez de los juicios estéticos. Fechner propone su método empírico y convierte a la estética en una ciencia positiva y natural. Parte de la observación y de la experimentación. Su estética se construye “desde abajo”. Husserl, desde otro ángulo, con su método fenomenológico destaca la intuición como herramienta de conocimiento. Kant propuso la autonomía de la estética. Investigó toda posibilidad y validez de los juicios teoréticos para fundamentar la validez del conocimiento científico; después investigó validez y posibilidad de los juicios prácticos, para probar la validez o el valor de los juicios morales; finalmente, en “La Crítica del Juicio”, pone a prueba la posibilidad y validez de los juicios estéticos, que son completamente distintos de los juicios teoréticos y de los juicios prácticos. Afirma que no es la razón pura ni la razón práctica, sino el sentimiento, lo que está en la base de los juicios estéticos; no sentimientos de placer ni del bien, sino complacencia desinteresada que no expresa el objeto en conceptos pero que es universal e inmediata. Es decir, tiene valor para todos.

Conviene destacar al menos cinco períodos generales para el desarrollo de la estética.

**Uno:** el que corresponde al reino de la naturaleza divinizada sobre todo proceso estético.

**Dos:** el que corresponderá al período esclavista helénico y que se mantendrá más o menos estable hasta la edad media.

**Tres:** el tramo correspondiente a un período de feudalismo exacerbado durante la edad media y hasta la gran revolución de la razón de Descartes.

**Cuatro:** la razón como escenario nuevo para la estética, del trance divino al trance de la razón en estética.

**Cinco:** el impacto tecnológico sobre la estética y la era de las rupturas en pleno capitalismo imperial.

Aunque algunas tendencias insistan en asociar la palabra estética al estudio del arte como si se tratase de su objeto de estudio único, es necesario insistir en que estética implica tanto cualidad en el hacer humano como disciplina para el estudio de producciones humanas diversas, incluido el arte. La estética tiene un lugar, con debates variados, en la filosofía. Esto también quiere decir historia. Tomemos los términos lugar e historia en todas sus acepciones para evitar, al menos momentáneamente, un recorrido de diccionario que pueda resultar ocioso. Tiene lugar e historia por cuanto el desarrollo de la filosofía está impregnado con pensamientos relativos a la estética. Tiene lugar e historia por cuanto constituye, dentro de los sistemas filosóficos, un punto de emplazamiento constitutivo. Tiene lugar e historia por cuanto implique la producción de ideas que suma millares de tomos, ensayos incontables y proyectos inimaginables. Pero sobre todo, tiene lugar e historia porque se ubica en el centro mismo de las estrategias de la comunicación humana y más que importarnos un lugar de privilegio teórico, importa su lugar de privilegio estratégico, práctico, en el desarrollo de toda producción humana.

En las preocupaciones de Sócrates, Platón y Aristóteles relacionadas con la estética las diferencias son más de grado que de esencia. Estética aparece en ellos como una vocación del alma hacia cierto principio de identificación o copia determinada por habilidades, de tipo técnico, que se inspiran en nociones extrahumanas. Del mundo de las ideas a una Naturaleza superior impregnada de universales. Lo

humano sólo es aspiración (envidia de los supremo, lo superior) reservada a unos cuantos notables, por habilidosos, en el sentido más artesanal del término. Sólo si es útil a los intereses dominantes y complaciente con la lógica de la esclavitud. El carácter de la estética griega es un carácter de clase que se reserva el privilegio de la belleza como nota distintiva del cierto poder del espíritu en complicidad con los dioses o en beneficio de los reinos.

Hasta el siglo XVIII, la mayoría de las teorías sobre arte oscilaban en dos grupos amplios: por un lado, iniciativas de especulación filosófica general. Por otra parte, cuestiones puramente técnicas. Las primeras son lo que en 1750 Alexander Baumgarten definiría como “estética”: rama de la filosofía cuyo objeto no es la obra artística sino la belleza y lo bello. El origen de la idea del arte como “espejo” de una realidad exterior, material o espiritual está en Grecia. Platón asociaba belleza con el bien, Aristóteles, en su *Poética*, definía la literatura, y todo arte como “mimesis”, como representación. El trabajo del artista es representar la realidad, con sus partes más significativas; arte es así una representación racional de la realidad. Tal idea sobrevivió hasta el romanticismo, incluso entre quienes defienden cierto carácter “arrebatado” del arte artística.

Durante el siglo I, un autor anónimo escribió su *Tratado de lo sublime*. En él señala como fuente del arte elevado “la vehemencia y el entusiasmo en lo patético y emocional”, pensaba que “el arte es perfecto en el momento en que parece ser la naturaleza”. Interesan, aquí no las tesis estéticas, sino el papel que la sociedad otorga a la producción artística. En Roma predominaba cierta noción histórica del arte que mostraba como un progreso continuo llegaba a final.

Durante la edad media arte significó desde una perspectiva religiosa exaltación de los ideales cristianos. Glorificación de la majestad divina mientras el trabajo del artista quedaba ignorado. Hacia el Renacimiento surgió una reivindicación del clasicismo grecorromano para enfatizar la idea del arte como representación de la naturaleza. Los creadores renacentistas aportaron, sin embargo, una autonomía hasta entonces inédita.

Según Platón vivimos sometidos a dos fuerzas que son el placer y el dolor. Uno nos enseña a vivir y el otro a sobrevivir. Placer incluye, además, de la idea de satisfacción, a todo lo que nos conmueve. Lo hermoso constituye una categoría en la que además de los sentidos se disfruta la razón (ver las ideas del ion platónico sobre la inspiración divina del artista). Platón era capaz de distinguir entre belleza (bueno y verdadero) y la hermosura a la que aspiran los artistas. Hay que advertir que Platón tiene argumentos anti-artísticos, de manera que pretende desterrar a los artistas de la ciudad ideal. Platón desconfía de los artistas porque tienen fuerza de seducción. Su habilidad radica en la capacidad de producir placer. Eso significaría que un artista puede convertir en real lo irreal sin que nos demos cuenta. Puede, si se lo propone, dominar a la sociedad y a la educación. Platón no descarta el arte popular, las artesanías y la música.

Aristóteles y otros muchos pensaron que el arte no es un obstáculo para conocer la realidad, para el conocimiento verdadero, sino que son imprescindibles (ver la idea del arte como mimesis en la Poética de Aristóteles). Hay, ciertamente, una maduración de la estética, como vertiente sistemática de la filosofía que está íntimamente ligada a la modernidad. No hay que repetir que las preocupaciones por lo bello y el arte tienen ya expresión en Grecia y aparecen insistentemente a lo largo de la historia toda. Pero en la modernidad ocurre una separación cualitativa.

La estética nace impregnando todo arte y actividad práctica concreta y humana con su cualidad de belleza-valor distintos de otras actividades y valores. También cuando su saber y objeto se autonomizan respecto de otros saberes. Eso lo reconoce Baumgarten (y más tarde Kant) al entender que el objeto de la estética adquiere funciones nuevas cuando se envuelve en la razón. En la modernidad la estética estudia el paso del arte de medio a fin. Según Kant es bello lo que complace universalmente sin concepto. Es bello sólo aquello que tiene el mérito de ser reconocido como bello por todos. Para Kant existen dos tipos de belleza; una libre o vaga (que no presenta un fin), que es belleza y no podemos explicar sin sentido ni concepto y que más placer aporta; Otra belleza adherente cuyo objetivo conocemos y

podemos explicar por que es bello. En su obra, Kant distingue tres categorías: Lo bello, lo bueno y lo agradable.

Schiller sostiene que la estética hace que los ciudadanos sean capaces de vivir y participar en una sociedad no autoritaria. La obra de arte más perfecta es el establecimiento de una libertad política verdadera. La estética sirve como complemento moral e intelectual para el ciudadano y le predispone para tomar sus decisiones propias. La belleza no descubre la verdad según Schiller, ni realiza ningún fin, lo que consigue la cultura estética es poner a la humanidad en posibilidad de hacer por sí lo que quiera, devolviéndose la libertad de ser lo que deba ser. Schiller relaciona la vocación artística con el juego.

### **e) Estética contemporánea**

#### *Desde la Revolución Industrial hasta la Revolución Internet*

Hoy reina el discurso apologético para la expansión de los monopolios, se perdona y justifica la explotación, se denigra la propiedad social y el colectivismo, se glorifica el militarismo y las guerras coloniales racistas, se promueve hostilidad y odio entre los pueblos; este es el panorama ideológico que impregna lo contemporáneo en materia de comunicación y estética.

En este contexto atrae por su fuerza e importancia el problema estético de lo audiovisual y es por eso que es preciso mantener abierto el debate sobre los antecedentes, situación actual, perspectivas, legitimidad e impacto del hecho audiovisual contemporáneo, porque tenemos la necesidad constante de aportar pruebas, refutaciones y argumentos, en una dirección u otra, ante las controversias, que son, en esta materia, muchas. Por suerte.

Si algo define hoy al hecho audiovisual es la diversidad. Teórica y práctica. No existe un lenguaje audiovisual *acabado*, único ni autónomo. Su maduración coyuntural específica, bajo la impronta tecnológica y los usos discursivos a que se somete entre lo mercantil, lo estético, lo educacional y lo anestésico marca un entender peculiar (en tiempo y lugar) para una comunicación (convenio de códigos), todavía en estudio, imperfecta y disociada de sus premisas mayores como el trabajo.

Hay que tomar perspectivas interdisciplinarias sobre el fluir del lenguaje audiovisual: sus requisitos, estatutos e interdependencias frente a otros lenguajes con historias más largas. No se puede intervenir en el debate sobre las legitimidades del lenguaje audiovisual negándolo. Por precoz que sea el lenguaje audiovisual (100 años según algunos) y sus debates, el trance tecnológico y filosófico por el que cruza permanentemente, exige capacidad de contextualización y fundamentación comprensivas. Desde lo estrictamente técnico hasta lo estético. No hay un lenguaje audiovisual acabado y no se puede aspirar a una legislación o gramática canónicas, no hay fórmulas; claves secretas ni piedras filosofales. Y mucho menos hay colectivización o democratización participativa, es decir, apertura libre al uso de los medios audiovisuales. Todo está en elaboración. Ese es su desafío mayor y la dificultad central para quienes lo estudian y practican.

Pero además, está presente el dilema de la *seducción* estética. Razón dialéctica del hecho creativo, su libertad, independencia y trascendencia sociales. No podemos atar los códigos audiovisuales; los que hasta hoy conocemos como más estables, paradigmáticos o referenciales, con requisitos exclusivamente formales. La dinámica de su historia hace del lenguaje audiovisual materia de pensamiento provisional y crítico a la hora de validar su poderío seductor. El uso específico de tal poder seductor también es materia ética. No basta la seducción comunicativa eficiente y eficaz para legitimar una identidad ideológica. En poco tiempo el lenguaje audiovisual ha desarrollado habilidades y experiencias históricas no del todo honorables. Por eso, incluso para su autocrítica, hay que luchar por un debate abierto. Por suerte.

La palabra no es (o debe ser) necesariamente hegemónica sobre todo tipo de lenguaje. Que cronológicamente este antes no implica primero. Lenguaje tampoco es sinónimo de palabra hablada o escrita. El lenguaje audiovisual que establece con otros lenguajes relaciones de interdependencia constante deberá validar su capacidad ordenadora y su independencia discursiva relativa. En lo tecnológico y en su impacto sobre la cultura con sus medios y modos cada vez más complejos y novedosos.

Articular un lenguaje es fundamentalmente ordenar y tomar decisiones para algo. Tiene carácter práctico transformador. No hay lenguaje por el lenguaje mismo, hay lenguaje cuando una red de necesidades cruza las relaciones humanas hacia un estado de convención. El lenguaje audiovisual ha probado su condición de flujo predeterminado por necesidades contemporáneas de orden muy diverso. Tal conjunto de necesidades crea las condiciones y habilidades que se especializan expresivamente y exponencialmente al servicio de satisfactores, intereses, clases, movimientos y expresiones capaces de poseer la tecnología. Por propiedad o alquiler. La realidad social, económica y política no es ajena al desarrollo del lenguaje audiovisual. Esto también pesa sobre los debates todos especialmente los académicos o universitarios.

A las dificultades teórico-metodológicas permanentes en el estudio de lo audiovisual está, por supuesto, la dificultad de ensayar la producción de un estilo propio. Demanda constante que pesa y angustia a todos los que comprometen su investigación en esta materia. Tal búsqueda de estilo propio exige necesariamente otras muchas búsquedas interdisciplinarias. Desde la pesquisa de fuentes orientadoras y enriquecedoras de posturas y debates hasta la determinación de objetivos y proyectos expresivos inmersos en un tiempo de competencia y producción cada vez más intensas. Esto constituye también un objetivo de investigación que no se agota en la investigación. Como debe ser.

Padece el hecho audiovisual contemporáneo los mismos problemas que padece toda investigación sobre lenguajes audiovisuales. Tiene los límites de su propia definición como bitácora de curso y sufre los faltantes lógicos de todo recorte provisional sobre apuntes variopintos. Las virtudes de la investigación deben descansar en al menos tres objetivos. Por una parte, dar cita abierta a ideas que poseen carácter de estímulo al pensar e indagar. En segundo lugar, dar cuerpo y poner a disposición de otros las virtudes y defectos de una criba que no se diluye en notas sueltas y que, por su sola ordenación, da cuerpo un campo de crítica útil. En tercer lugar, contiene gérmenes de provocación para corregir, ampliar y depurar las líneas centra-

les de un debate que por su significación histórica, sus muchas aristas conceptuales y formales y sus desafíos en materia de creación audiovisual nos exige mantenernos al día con los aportes mundiales. Eso no es poco.

Cuando se mantiene abierto el debate, como lo pretendemos aquí, sobre el hecho audiovisual, uno no deja de caer en la tentación de hacer contribuciones. No para dar respuestas terminales, no para cerrar el flujo y reflujo de ideas, no para crear ilusiones de erudición inútil, si como ejercicio de información, ordenación, análisis, crítica y producción creativa que aporte en lo posible lo que pueda. Ni más ni menos. Además de las “grandes rupturas estéticas contemporáneas”, llamadas también vanguardias, nuestro tiempo enfrenta dilemas estéticos nuevos de complejidad significativa. Tal es el caso del fenómeno llamado audiovisual.

Hay que insistir, sin novedosísimos, en al menos tres acontecimientos fundamentales, provocados por la dialéctica del desarrollo audiovisual a su vez determinado significativamente por la evolución económica y cultural del capitalismo con sus crisis espasmódicas y su fase imperial. En dos sentidos el concepto audiovisual será usado aquí. Por una parte, el sentido amplio que se refiere a toda forma contemporánea de asociación que permita el encuentro discursivo del plano acústico (sonidos, ruidos, música, voces) con el plano visual. Especialmente a partir de la invención del cine que, aún con dificultades, siempre tuvo búsquedas para fusionar, en un sólo soporte, sonido e imagen.

En un sentido más restringido audiovisual aquí también incluye lo referido al uso de imágenes y sonidos en ámbitos pedagógico-didácticos. De índole diversa, mercantil o no. Tres acontecimientos cuyo desarrollo desigual y combinado caracterizan lo ocurrido con la casi totalidad de las experiencias expresivas contemporáneas:

- 1) Ocurre una síntesis entre ciencia, tecnología y arte con dimensiones colosales.
- 2) Ocurre el ascenso de sistemas de significación y lenguajes nuevos.
- 3) Ocurre una estética paradójica nueva marcada por la velocidad, diversidad, ubicuidad y multi-utilidad.

Como contribución al lenguaje audiovisual el cine es forma *definitivamente* contemporánea. Sintetiza una multiplicidad de experiencias y conocimientos oscilantes entre lo mágico, lo artístico, lo tecnológico y lo científico. En el cine se dan cita los saberes y ambiciones humanos más antiguos, al lado de los hallazgos que revolucionaron la modernidad y la actualidad. Nada es igual.

El cine abrió puertas y ventanas hacia un universo de promesas estéticas audiovisuales. Su capacidad relatora dinamizó el pensamiento, la asociación de ideas y las coartadas de una inteligencia analógica que se vio exigida a aprender reglas de *construcción* nuevas. Es un paso en el que se implosiona y explosiona lo temático con lo mecánico, lo lumínico con lo emocional, lo sonoro con lo simbólico y lo arquetípico con la cultura de masas, trasmutándose posiciones de la manera más caprichosa y sorpresiva. Lástima que no sea de todos.

Apreciar el lenguaje audiovisual del cine se problematiza permanentemente ante el juego de combinaciones que ciertos talentos creadores encuentran para seducirnos con su obra. No basta capitular esquemas y sistemas de producción para evaluar, rubro por rubro, la calidad de sus aportes. No basta con explorar los géneros y estilos del relato. No basta con escudriñar los andamios filosóficos de autores o productores, ni basta con verificar el éxito taquillero o el retruécano publicitario. El cine exige ejercicios de análisis y síntesis pertinentes que, secuencia tras secuencia, encuadre tras encuadre, pongan en evidencia el espectáculo sobrecogedor de la mezcla enigmática con que todos los elementos se disponen a jugar ante nosotros, para que, con un poco de buena suerte, algo de la vida se nos modifique para siempre.

Desde el momento mismo en que se inventó el cinematógrafo (28 de diciembre de 1895) y hasta el presente, se tejió en su destino la fatalidad ideológica de ser botín para la industria del espectáculo que lo asfixió con lo que tiene de más odiosa. Trampa monumental que dio a un medio de expresión, prerequisites mercantiles mercenarios, que lo apartaron muchísimo de la propiedad popular real. Ante la historia del cine, el público sólo significa taquilla maleable mercadotécnicamente y sólo es propietario de su memoria. La industria cinematográfica usurpó la invención de un artefacto y un lenguaje cuyo valor

cultural jamás debió restringirse al beneficio particular del *star system*. No están en poder de las sociedades los conceptos, aparatos y salas de exhibición. Inflado, cretinizado y encarecido brutalmente, el cine de industria produjo modelos culturales de masas cuya utilidad primordial consiste en mantener vivos los mitos de una leyenda mercantil escalofriantemente rentable.

Del melodrama al *glamour* hay que observar indefectiblemente las moralejas ideológicas y el producto real de los beneficios taquilleros. Omitirlo es bobalicón. Las propias crisis de la industria, que son las crisis mismas del capitalismo, tienen que ver con la cerrazón ambiciosa de la competencia por los mercados. Se muerden la cola, se invaden y se saturan porque lo que está de por medio es la expansión monopólica y no el enriquecimiento de la libertad expresiva. Séptimo arte.

El fracaso del cine *casero* y su sustitución por la videomanía tiene relación con los costos y con la supresión de una posibilidad que muy pronto desarrolló alternativas “peligrosas” para el sistema. La obra producida por cineastas *caseros*, ofreció rápidamente expectativas que sucumbieron en el pantano de los costos y las estrategias tecnológicas. Además, una moral amenazante dispuso reglamentos para el procesamiento de los materiales. Impidieron realizar trabajos libres. Censura desde el revelado.

Cursis como pocas, las historiografías y tratados sobre cine suelen perderse en apologías adoradoras de las vanidades más gratuitas. Se aplaude sin medida el regodeo escénico de tal o cual individuo, omitiendo por vicio o ignorancia, la calidad que lo sustenta. El público aprendió a viciarse con esas parafernalias y debilitó su capacidad crítica envuelto por una indefensión educativa que no le ha permitido *comprender* con riqueza, apropiándose, la importancia real del lenguaje contemporáneo propuesto por el cinematógrafo.

Como en otras muchas formas de expresión, en el cine se registra la contradicción forma-fondo cuando empeñados en reproducir discursos melodramáticos hasta la saciedad, se olvidan del caudal expresivo potenciado en otros géneros narrativos. Cine no es sinónimo de melodrama. Cien años *no es nada*. Es todo un movimiento revolucionario de las formas comunicacionales que se quedó atrapado en lo for-

mal como táctica de las ideologías que se depuran y camuflan bajo un *uso* superficial del proyecto. En la piel de culturas cuyo corazón tendrá que esperar (ojalá no otros 100 años) para expandir las búsquedas posibles de otra revolución que no omita lo conceptual.

Para formarse como cineasta, para recibir una educación pertinente, hay que pasar el purgatorio de mundillos privilegiados por el snobismo *ricachón* de quienes dirigen la mayoría de los centros de enseñanza. No cualquiera puede pagar, no hay recursos suficientes para filmar o desarrollar experiencia y las expectativas laborales son fatalmente limitadas. Lo que se aprende suele ser tan inútil como domesticado al capricho de formatos mercantiles. Una lista impresionante de egresados conforma el espectáculo de desocupación tal vez más bochornoso y deprimente en las profesiones contemporáneas. ¿Con quién quejarse?

Hay que ver si somos capaces de generar una cultura cinematográfica que instrumente a todos los sectores de la sociedad y les permita producir obra liberada de cánones fanfarrones. Hay que ver si del cine logramos la explosión que está como promesa latente, al margen de imperios comerciales y cúpulas intelectuales. El cine que las sociedades deben desarrollar como vehículo portador de las propuestas más genuinas anidadas en el genio e inteligencia de todos. Hay que ver el cine de las “amas de casa”, trabajadores, maestros, indígenas, campesinos y de todos aquellos que se sientan seducidos por la experimentación con lenguajes propios y nuevos. Dígase siempre que el cine no tiene, ni tendrá obligación de someterse a los parámetros temáticos y formales con los que se le ha viciado. Hay que poner al lenguaje audiovisual los puntos sobre las íes porque no todo es materia de aplauso. Preguntémosle a que se dedica, a quién sirve, negocio de quiénes es. Tal vez los Lumiere se levanten de su tumba para no dar crédito a lo ocurrido con este aporte descomunal del cinematógrafo. Quizás, forma primera de expresión definitivamente contemporánea.

Dígame que el cine debe ser hecho por todos. 6500 millones de habitantes, experimentan por vez primera, la existencia de un imperio económico, político, cultural e ideológico único. Jamás antes un solo poder dominó el destino de tantos seres humanos (no es este el espa-

cio para detallar las condiciones materiales concretas en que viven, es decir, construyen su existencia cotidiana, los pueblos de zonas *integradas y periféricas*). ¿Habrá hoy quién pueda negar o disociar la influencia que tales condiciones materiales tienen sobre la expresión humana, su libertad y sus contenidos estéticos? Si, y cuentan aquí con un refrendo de vocación para el debate.

Se trata del imperio, no sólo de un país sino de un modo de producción material que también es un modo de producción de comunicación y estética. Comunicación y estética cada vez más involucrada con herramientas tecnológicas en un círculo vicioso de dependencia-transferencia que tiene de todo excepto proyectos de emancipación, de independencia. La profundidad con que Benjamín (y otros) advirtió el impacto de la tecnología en el arte contemporáneo no parece alcanzar para hacer evidente el impacto que también tiene la dependencia de dicha tecnología. Impactan las herramientas, tanto como la lógica de su producción como la imposibilidad de poseerlas. En más de un sentido se repite el dilema Capital-Trabajo en la escala de la teorización y la producción estética, sea o no artística.

La propiedad de las herramientas para la producción expresiva tiene en el campo estético tanta importancia como las tesis sobre composición o las teorías del color. El estudio de la estética contemporánea oscila entre las especializadas en materias de arte y todas las que de un modo directo o indirecto abordan la cultura identificando en ella recortes específicamente relacionados con el papel del gusto, sus tradiciones y reposiciones teóricas. Están también las especialidades en materia de experimentación que, tomando distancia de preocupaciones filosóficas o teóricas, abrigan en una praxis no del todo ordenada y siempre en estado de oferta jugosa para el debate.

Tenemos, por un lado, la corriente de estudios culturales, los estudios críticos sobre los medios de comunicación al lado, y no necesariamente intercomunicados, de las teorías del arte, la crítica especializada en géneros o estilos contemporáneos y los seguimientos más disímboles sobre las llamadas vanguardias artísticas del siglo XX. Tenemos, en paralelo, y no necesariamente interesados por el resto de las producciones teórico prácticas, las aportaciones de la filosofía

analítica con sus paradas, no siempre abundantes, en el terreno de los problemas estéticos. Tenemos La Bauhaus, la escuela de Frankfurt, El círculo de Viena, sucedáneos y conexos, compartiendo tiempo y no necesariamente intereses o debates. Tenemos los manifiestos estético-artísticos del siglo XX, las confesiones de artistas y filósofos en materia de placeres y las aventuras inconfesables de las alianzas entre cierta estética y cierto discurso propagandístico o publicitario. Del realismo socialista, pasando por Goebels hasta Mc. Donals, Coca-cola y los chicos de Microsoft. Y tenemos también un repertorio de experiencias rebeldes e insurgentes que, a contramano de la lógica, ética y estética mercantiles proponen *otra* comunicación y estética audiovisual, no simpática para los poderes económicos y políticos de la usura imperial. Este paisaje desequilibrado en el que las mayorías no son propietarias de sus herramientas de expresión audiovisual y en el que una minoría produce e impone herramientas y discursos es el marco donde ocurren las teorías y prácticas estéticas de nuestro tiempo. Es el paisaje donde se dan las tres características señaladas más arriba. En este paisaje es donde se presentan las condiciones y exigencias concretas para una Filosofía de la Comunicación capaz de comprender el lugar del lenguaje audiovisual hacia una revolución creativa que dé su sitio al trabajo como fuente suprema. A las dificultades de orden semántico que se presentan recurrentemente para definir el lenguaje audiovisual, se suman, en nuestro trabajo, las pertinentes al término *contemporáneo*. No es poca cosa. Están sujetas a revisión estas dos nociones fundamentales para el entendimiento y producción de la cultura. Unidas complejizan desmedidamente los campos semánticos, sintácticos y pragmáticos. ¿Cuándo o dónde comienza lo contemporáneo para lo audiovisual? ¿Se puede comunicar hoy con sintaxis no contemporáneas? ¿Todos los lenguajes audiovisuales son contemporáneos? No todo lo que se produce en nuestro tiempo es necesariamente discurso contemporáneo. Hay mucho de retrógrado y reaccionario suelto.

Si lo contemporáneo comienza con la Revolución Industrial, como afirman algunos, lo audiovisual, obediente a los paradigmas culturales generados por aquella, tardó mucho en hacerse sentir. En todo caso

¿qué determina la contemporaneidad de lo audiovisual?, ¿El contenido, las formas o ambos? ¿Constituye un lenguaje significativamente distinto a los anteriores? Y ¿cómo se caracterizan? ¿Lo contemporáneo es una mera referencia cronológica o implica confiablemente una caracterización histórica para entender el desarrollo de las civilizaciones, sus contradicciones y calamidades? Todavía no tenemos respuestas acabadas.

Conviene incluir una distinción metodológica: contemporáneo no es sinónimo de post-moderno ni de neoliberal. En todo caso, el primero contiene, accidentalmente, a los dos siguientes de manera no exclusiva, no excluyente y no absoluta. En lo contemporáneo también caben muchísimas otras definiciones. La comunicación indígena, escrita o hablada con lenguajes propios, sobre conflictos raciales, sociopolíticos, éticos o estéticos, puede ser más contemporánea que la narrativa de *la moda depresiva audiovisualizada* hoy, desde un bar al estilo del siglo de oro español. También hay sociedades enteras que por su decisión unas, y por imposición otras, no han llegado a la modernidad ni a lo contemporáneo. Incluso en materia de modelos educativos, los criterios de enseñanza en comunicación audiovisual delatan vacíos y atrasos importantes en relación con lo contemporáneo.

Para el análisis tanto como para la creación impera una especie de mezcla desarticulada que no termina por involucrar las currículas académicas con el problema central de la libertad expresiva. Una especie de enseñanza histórica, frecuentemente reduccionista, se entronca con ciertos criterios *canónicos* que no atinan a potenciar la creación de obra contemporánea. La enseñanza de lo audiovisual aún no supera metodológicamente a sus apóstoles colonialistas mientras las bibliografías se empeñan en registrar, como pueden y tardíamente, criterios en desuso, o en olvido. Están lejos de construir la herramienta práctica popular y dinámica que deberían.

La cultura de masas expresada en los medios de comunicación exhibe, al lado de modalidades trasculturizantes, una pobreza audiovisual en plena expansión. Al lado de la consolidación unilateral del discurso, un empobrecimiento sospechoso, delata ideológicamente el tipo de relación mercantil ideado para los destinatarios. Repertorios

léxicos restringidos para la repetición publicitaria en la que el diálogo es imposible, la imitación es aplaudida, la información ambigua y la expresión libre omitida.

La exhibición es cada vez más cara y más difícil. Ni las iniciativas más voluntaristas ni los proyectos de educación y cultura gubernamentales, satisfacen la necesidad histórica de gestar una gran revolución cultural contemporánea emergente del lenguaje audiovisual libre... de la comunicación toda, que tienen por oficio y destino tramitar todas las temáticas, los recursos técnicos y los lenguajes de un tiempo que se distingue de otros multifactorial y multimodalmente. Hay muy poca investigación, pocos apoyos para el trabajo interdisciplinario, pocos recursos económicos para adquirir materiales o equipos y poco interés por la libertad de expresión. Datos todos de la postmodernidad neoliberal que en lo contemporáneo nos deja sin palabras. Hay que notificárselo al futuro.

Si la producción estética burguesa es alienante porque se somete a los designios de los propietarios de los medios de producción; si el trabajador de la producción estética vende su fuerza de trabajo a otro ser distinto de él, que utiliza tal producción para fines lucrativos sólo en su beneficio; si el trabajador de la producción estética debe vender a otro su propia actividad, lo que hace es vender su propia personalidad, para que el patrón haga lo que quiera, así queda convertido el trabajador en un instrumento de patrón propietario de los medios de producción que manipula la vida del trabajador para su propio lucro y, por tanto, el trabajador y su obra son una “cosa” en manos del amo, en el mercado.

El trabajador de la producción estética convierte su capacidad de trabajo y capacidad creadora en capital. Vende su fuerza productiva, su personalidad, para que los propietarios de los medios de producción manipulen su actividad productiva. Esas relaciones de producción establecidas en la producción estética poseen, necesariamente, un carácter conflictivo en lucha antagónica, cuya oposición definición histórica es inocultable, aunque muchos trabajadores estén acostumbrados a auto-negarse, es la lucha entre la burguesía y el proletariado. Si el producto del trabajo no vuelve al trabajador, éste queda alienado. La estética de la “aldea global”.

La estética burguesa de la economía industrial capitalista intenta imponer la idea de un único sistema estético de élites nacionales y transnacionales; una estética de mercado único donde “triumfan” los individuos y los modelos de producción estética más competitivos. Hay una hegemonía estética omnipotente al servicio de los “inversio-nistas” que quieren conformar un nuevo orden mundial para el lavado del dinero con belleza artística. Se trata de un “nuevo orden estético del primer mundo entre Estados Unidos, Europa Occidental y Japón, que acumulan la mayor parte de los beneficios estéticos del orden internacional capitalista. Los países centrales imponen a las colonias y semicolonias una estética en la que juegan un papel predominante la hegemonía cuantitativa y cualitativa del placer burgués ostentada por los dueños de la aldea global. Estética de los “triunfadores” para alienar conciencias eliminando cualquier posibilidad de rebeldía o revolución.

Que las masas explotadas no sepan qué son, ignoren sus fuerzas, sean dóciles, resignadas y muy productivas. Y que lo disfruten. Para esos fines cualquier cosa funcional será santificada como “bella” cualquier cosa que sirva para conocer a las masas, manejar sus debilidades, conocer su espíritu y sus atrasos, sus dolores y frustraciones, mostrárselos como destino irrevocable, con actores, bailarines, pintores; con cualquier cosa que toque las fibras de su corazón, aunque sea cursi, vulgar; la estética burguesa habla el lenguaje del pueblo para esclavizarlo victimándolo en sus necesidades más elementales. Incluso intelectuales.

La revolución científico-técnica de la burguesía con sus inventos y descubrimientos, permitió superar muchas limitaciones a la expansión industrial y con ellos produjo también medios para una producción estética inédita y muy poderosa. Por primera vez, en algunas disciplinas artísticas, se superó la escasez y las limitaciones técnicas para llegar a las masas y conquistarlas para el poder político de la naciente burguesía capitalista. Sólo que esta vez la llegada a las masas comportaría necesariamente el desarrollo de una forma de placer nueva que entre sus factores, inscribe el placer por la herramienta.

Por eso la estética burguesa se impulsa con innovaciones tecnológicas que consolidan una nueva oferta y demanda de placer, de goce estético. Surge una estética nueva, agresiva, alienadora, inspiradora de sentimientos; donde se adora la personalidad de los caudillos, sus modos de vida y, desde luego, su poder para acumular riqueza. *Sex appeal* del buen burgués. *¿El obrero es más pobre cuanto más riqueza produce?, se convierte en una mercancía tanto más barata cuantas más mercancías produce Marx*

La burguesía sirve para adiestrar a la población en la asimilación de valores y conductas. La degeneración del “arte” en su modalidad burguesa, provoca *escándalo*, pero para el proletariado sometido a la barbarie, la desinformación, la carencia de educación desalienante no hay escándalo aunque se desgarran todos los valores expresivos, emociones, pasiones, placeres estéticos y se sustituyan con objetos comerciales de calidad paupérrima. Es la doble moral burguesa.

Indudablemente, lo que comporta una “crítica” a la estética burguesa comporta, en grados desiguales y combinados, una *autocrítica*. Parte de lo que aquí se ve es *visible* en la vida cotidiana de muchos. Y acaso eso suscite rechazo e ira. No es la intención.

Sin haber comprendido las *raíces* estéticas de la burguesía <sup>2</sup>; sin un diagnóstico profundo sobre su papel político y social; sin poner en evidencia su rol como realización del enemigo de todo trabajador de la producción estética será imposible dar el menor paso hacia la superación de todos los problemas sociales agudos armados con programas y con tareas prácticas para el presente. Este tiempo es el escenario, también, de una lucha ideológica donde las ideas de arte, belleza y estética han cumplido su rol de clase amoldándose la lógica mercantil del capitalismo. De ahí sus cualidades que añaden variaciones técnicas para hacerse pasar por salto cualitativo generalizado a la humanidad entera cuando se trata sólo de forma estética histórica concreta y burguesa que expresa exigencias expresivas definidas en un último análisis como exigencias de clase. Exigencias de clase significa, asimismo, exigencias de mercado determinado por la clase que lo dirige y que subordina incluso a la estética. Es una lucha, desde luego, con un carácter ideológico, lucha excitante, dramática y

apasionada. La estética de la burguesía es un amasijo caótico que rinde culto a toda revoltura útil, por adefesio que sea; fines de “diversión” que garantice pueblos alienados. No es una estética construida ex-profeso sino producto empírico de un modo de subordinación sistemática que expresa al utilitarismo burgués hasta en sus fibras más sensibles. Y odiosos.

Una de las consecuencias de la barbarie consiste en degenerar al hombre en un animal sentimental, pasivo, gregario. Con sus armas de guerra ideológica la sociedad burguesa se viste con la *belleza* del mercado sublimada para domesticar, bajo sus cánones, todos los gustos. Usa para eso la técnica, la ciencia y todos los encantos que puede agenciarse... la simpatía, el humor... el amor mismo. Y, desde luego, también lo que llama “arte”, que naturalmente, es en sus terrenos, y no sólo en el de lo “bello”, un púlpito que radiografía el ser y el modo de ser burgués.

La burguesía inculca sus “valores” estéticos en todas las esferas de la vida, en la vivienda, la educación, la ciencia y, en general, en la creación de estilos de interpretan anímicamente la realidad.

Se trata de una estética que se beneficia de la vulgaridad, la traición, la corrupción y todo cuanto exprese esa “competencia” del capitalismo como triunfador en una sociedad dividida en clases.

Bajo la burguesía los problemas estéticos, es decir, las pasiones y los intereses colectivos, la competencia individual, tienen un campo de lenguaje muy restringido, porque se funda en la falta de diversidad y estilo. Las escuelas estéticas burguesas son tributarias, aunque no lo admitan, de consignas ideológicas y toman “partidos”, es decir, a asociaciones donde los gustos u orientaciones no devienen de una actitud creadora desinteresada porque se eleva sobre una base material y cultural que rinde culto a la propiedad privada, la explotación, el individualismo y busca desarrollarlos en todos los sentidos. *La nueva clase, la nueva vida, los nuevos vicios y la nueva estupidez exigen que se alcen los velos; cuando haya ocurrido esto, tendremos un nuevo arte dramático, porque es imposible mostrar la estupidez nueva sin nuevos métodos.* L Trotsky

Actualmente la estética burguesa completa su destino histórico armada con toda la técnica moderna. No sólo pensamos en la guerra que se avecina, incluso tratamos de adivinar cómo nos será presentado el “(...) desagradable pastel de carne humana que nos sirven”. (Hugo Ball). Tratamos de imaginar que estratagemas idearán los *expertos* en “imagen” para esconder los cadáveres no sólo de las guerras, también del hambre, la enfermedad, el abandono y la persecución encarnizada. El cinismo, en alguna parte de la ciencia, aliada a ciertos artistas se ha vuelto absolutamente intolerable. Tratamos de pensar cómo defendernos.

Desde su génesis, la estética de la burguesía puso en primer lugar sus juegos para hacer pasar el enriquecimiento objetivo como manifestación más o menos espontánea de una necesidad, necesidad que no se reduce a una sola clase. Tal juego involucra al conocimiento general, a la interpretación del mundo bajo fórmulas ideológicas para expulsar toda posibilidad de transformación del mundo y para frenar cualquier intento por frenar la explotación humana. No podemos desinteresarnos sobre las condiciones objetivas e ideológicas con las que la estética burguesa continúa produciéndose, es preciso desvelar a qué leyes específicas obedece tal producción para evaluar acciones y derrotarla.

La estética de la burguesía, que es un ejercicio basado en la violación generalizada de la integridad emocional e intelectual de las sociedades, ha produciendo un envilecimiento cada vez más prolongado no sólo de la dignidad de las personas sino de la cultura toda. Esta estética burguesa, armada de sublimaciones y exageración, tuvo con el fascismo hitleriano, un florecimiento que perdura no sólo en las estrategias gebelianas de comunicación social sino en la cultura de masas basada en la *perfección* técnica y humana. El culto a la *perfección* del cuerpo, *spa*, el culto a la *perfección* de la tecnología y la negación definitiva de lo que no pertenezca esos cánones. Se trata de una estética que rinde culto al convencionalismo mediocre. A la standarización, al producto sobre el proceso, a la Roma sin el contenido. Con la publicidad como ariete. La estética burguesa, plagada de evangelios domesticadores, es una de las fuerzas que más descrédito produce a toda forma

organizada y profunda del desarrollo humano. Bajo su imperio ideológico se ahoga todo sueño y derecho de la clase explotada a aspirar a un mundo mejor, se aniquila cualquier sentimiento confianza en la fortaleza revolucionaria de la dignidad humana.

*Si la miseria puede ser tan hermosa... ¿para qué acabar con ella?*

Luis Buñuel

### **Economía política del placer burgués**

*Acumular es un placer.*

Es estética burguesa la acumulación ilimitada de valores modelizantes que, en manos de corporaciones privadas, de manera aparentemente *pacífica y divertida*, monopolizan los criterios, objetos y herramientas de gusto y placer para someterlos a la lógica utilitaria del consumo masificado. Producción, distribución y consumo del capital estético burgués se ciñen a un circuito de economía política del placer con el objetivo de explotar beneficios conductuales, generalmente basados en la explotación de materias primas intelectuales y trabajo de personas doblemente explotadas y alienadas.

Es decir, que el capitalismo expresa todas sus leyes en su producción estética; la acumulación de capital consiste también en presentarse como un triunfo moral de clase y para ello cuenta con valores, herramientas y trabajadores dedicados permanentemente a consolidar su arsenal ideológico. Estética burguesa, que también es acaparamiento de riquezas, objetos con valor de uso y cambio con *status* de poder representacional e identitario. No hay límite a sus formas concretas de acumulación tangible porque es un placer degenerado, fuera de género e intangible y es apta para la transformación permanente de todo pretexto en bien de capital.

La estética burguesa posee elementos éticos de la lógica capitalista practicada por los agentes empresarios en acciones a favor de la acumulación de capital. El capitalismo instauró una nueva relación estética respecto al trabajo asalariado y explotador, en forma de motivación psicológica y emocional, que contribuye a la “racionalización” empirocriticista de negocios ligada al máximo beneficio alienante.

Nada más hermoso para la burguesía que los obreros sean *dóciles* y firmes en su tarea y agradecidos. Nada más hermoso que ver crecer crios *lindos*, sanos e inteligentes que hereden y perfeccionen el repertorio completo de ideas y técnicas para esquilmar a los trabajadores, pagarles poco, agenciarse materia prima *regalada*, evadir impuestos y exhibir eso como *mundo ideal*, finalidad de la humanidad, logro moral... ¡Que hermoso!.. ¡Qué hermoso! ¿Cuántos filósofos hacen falta para proteger tamaño logro?

¿Que cómo una actividad tal como la explotación ha podido hermosearse en películas, dramaturgias, literaturas, academias, escuelas y publicidades? La belleza con sangre entra. ¿Que cómo ha sido posible tener por honorables a los “artistas”, “intelectuales”, “científicos” que han contribuido con técnicas y argumentos para garantizar la alienación y la explotación capitalista, sus guerras, degeneración y asenato permanente? Lo dicho.

La estética burguesa cultiva su “realismo” más logrado como canon del clasicismo de una literatura para la clase dominante. Se trata de un “realismo” de tendencia, al servicio de cierta *intelligentsia*, que se ha asumido como la “traductora” oficial de la realidad para que los oprimidos la *entiendan* según, claro, las interpretaciones el amo. Por eso suena bien eso de que la “realidad” es una cuestión mental, que todo es *relativo* y que casi es un estado de ánimo. Hambre, explotación, barbarie... dependen de lo mental. Dicen algunos. Véanse los noticieros CNN y su *linduras*.

Hay intelectuales que han señalado esto pero, como ocurre con los simbolistas con su oposición al realismo, no dejan de ser parte de la *intelligentsia*, que idólatra sus propias ideas y se somete aristocráticamente a la burguesía, no sin una especie de dignidad ilustrada que no acepta de la burguesía (ignorante y vulgar) más que su dinero negándose a fundirse o confundirse epistemológica y estéticamente con ella. Mientras, los futuristas, *new age*, con sus períodos distintos, sin lograr liberarse de los contagios políticos imitados del simbolismo, acceden a un punto de contacto terrenal que se fugó pronto al servicio del nazismo.

Esta estética de la burguesía que busca disfraces diversos contiene una concepción de clase que, con el paso del tiempo, se vuelve

más clara en temas, contenidos, selección de ambientes, caracteres de los personajes, etc. En el fondo la estética burguesa no se refiere al sujeto, se plantea la cuestión de la forma y la desarrolla conforme a sus propias leyes de mercado. Cada variación en la estética burguesa es injerto arbitrario al que precede dialécticamente el dominio de la técnica ya existente, de palabras, colores, materiales diversos y soportes múltiples que, combinados o no, pretenden acceder a ciertos sentimientos y pensamientos del arte antiguo ya cristalizado en algunos “monumentos burgueses” arquitectónicos, pictóricos, musicales... que son obra de un desarrollo hoy detenido y en fase regresiva de destrucción.

La burguesía dispuso de escuelas estéticas inspiradas en el prestigio del pasado hasta que se volvió ineficaz y cayó derrotada por el peso de la austeridad estética del tecnocrático su, acaso último, estertor de desarrollo parcial. Esas escuelas estéticas que incluso se propusieron cierta *ruptura* hostil con el pasado, mantuvieron siempre relaciones recíprocas cuya forma y contenido poseen tensiones de clase con sentimientos e ideas que buscan expresión hegemónica a toda costa debajo de las nuevas formas descubiertas, proclamadas y desarrolladas en cada período y bajo la presión de una necesidad ulterior de control social e inculcación ideológica. Internet acaso.

### **g) El arte de la corrupción**

*Muchos jueces son absolutamente incorruptibles, nadie puede inducirles a hacer justicia.* B. Bretch

La corrupción contiene una de las “catarsis” más recurrentes de la estética burguesa; opera en la vida cotidiana, *silenciosamente*, desde los aspectos más elementales hasta los más complejos, como emoción larvada casi sin resistencias subjetivas o intelectuales objetivas. Otra cosa es lo que se declara.

En la red enorme de las relaciones sociales impregnada con los valores del capitalismo hay un *hilo* conductor, una correa de transmi-

sión, un sistema de nodos necesarios, que no sólo dan soporte al sistema todo sino que hacen a su definición misma: son los nodos de la corrupción. La corrupción no es un “fallo”, un pecado, un evento “extraordinario” en el capitalismo, es su condición, su esencia, su piedra filosofal, *sine qua non*. El capitalismo es corrupto por definición. Y eso es para muchos un gran placer.

La corrupción, como experiencia estética burguesa, educa para un prodigioso conformismo, cinismo puro y de una vida espiritual colectiva, con su propia semiótica social de clase; satisfechas con el reparto inequitativo de la riqueza, el reino de la mediocridad, el saqueo impune de la materia prima, la violencia represiva de los gobiernos armados hasta los dientes y el robo criminal del salario de los trabajadores. Eso es corrupción. Y muchos la disfrutan.

No sin placer uno escucha hasta en las conversaciones más coloquiales cómo se reprime a los pobres, se persigue a los insurrectos, se castiga a los “rebeldes”; hay una economía política del castigo para quien “rompe el orden” de la producción en serie y su mitología política protagonizada por burócratas, y eso les ofrece, recurrentemente, expresiones de felicidad. Nada más placentero para un burgués que ver diluida una huelga bajo los garrotes de los lebreles uniformados. Manjar de dioses.

La corrupción es esencial y es doctrinaria. Opera con la presión del proceso económico capitalista, en sus condiciones objetivas y subjetivas indispensables para el cumplimiento inexorable de la corrupción. Se ha encarnado, se la vive como un “ser así”, como una nota pertinente, como una fatalidad y un destino inamovible. Para conseguir trabajo, para conseguir asientos en un teatro, para ingresar a una universidad, para no ir a la cárcel, para salir de ella, para bien o para mal la corrupción es un atajo, un camino corto, hacia la “solución” de los problemas más inimaginados; pero es mucho más que eso.

Hay programas universitarios de perfeccionamiento de las cualidades corruptas para mejorar las condiciones del sistema. Una masa no poco numerosa de “Doctores” graduados en instituciones de *prestigio* (burgués, claro) y muy caras, son y han sido ministros de Economía, Comercio, recaudación, etcéteras y más etcéteras. También gerentes,

directores, líderes, caudillos para, por ejemplo, volver pública la deuda privada, para que los pueblos paguen lo que disfrutaron los empresarios cuando se privatizan los recursos y riquezas de los países, cuando se financia con el trabajo explotado el interés de los explotadores; desde luego, esto no aparece formulado por las agencias de inteligencia de las iglesias, del Estado ni de las empresas, pero es otro piso de la realidad. Ahí, donde se mueven las verdades del pensamiento burgués, ahí radica un dispositivo ideológico que se tatúa en el cerebro como un circuito impreso, para hacer funcionar buena parte de los procesos de producción, distribución y consumo capitalista y cuando el burgués contribuye a *mejorar* tal tatuaje hay un *placer*, el placer del deber cumplido, casi orgásmico, que recorre su espalda y desemboca en su cerebro con fuegos artificiales de emoción silenciosa, silenciada. Así se logran muchos ascensos en las empresas, en las burocracias, en los bancos... en muchos paraísos burgueses.

Y las formas de vida de la corrupción van acomodándose al sistema inaugurando placeres estéticos nuevos. Virtualmente no hay actividad que no pueda inscribirse en la norma del reino riguroso de la corrupción estandarizada. El Estado burgués lo necesita porque es cruel y despótico con las masas pero benévolo y filantrópico con la burguesía, puesto que su tarea en el capitalismo es derrotar, aleccionar, alienar, sofocar y reprimir a los grupos *indóviles*, a la *servidumbre bruta* que deja ganancias gracias a su trabajo. Desde luego, la inmensa mayoría de los ciudadanos se da cuenta del circo corrupto que los avasalla y extorsiona. Se da cuenta porque es el que paga toda esa fiesta de corrupción burguesa, la financia permanentemente con su trabajo y sus condiciones de miseria. No es que el pueblo sea corrupto, es que un sistema corrupto tiene secuestrado a los pueblos y los extermina a fuerza de corrupción desaforada. Criminalizar a la víctima también es corrupción. Vender mentiras en los noticieros, producir mercancías deficientes, cobrar por servicios mediocres, adoctrinar con ideologías esclavizantes eso se llama corrupción. Entre otras cosas. *La corrupción no es un desastre natural: es el robo frío y calculado de las oportunidades de los hombres, mujeres, y niños menos capaces de protegerse a sí mismos*, dice David Nussbaum, Director

Ejecutivo de TI. *Los líderes deben ir más allá de las palabras y cumplir con sus promesas de cooperar con el compromiso y los recursos necesarios para mejorar la gobernabilidad, transparencia y rendición de cuentas*” dice la organización, ojalá no sea corrupta. “Transparencia Internacional”.<sup>3</sup>

La doble moral burguesa<sup>4</sup>, no sin ciertos “gestos” culpígenos, fabrica estadísticas<sup>5</sup> para medir el grado de corrupción que los aqueja. Jamás admitirá que la única solución a la corrupción burguesa es la revolución de los trabajadores y el control obrero de la producción. El placer de la corrupción radica en que el hecho parece inexistente. Su gran *acierto* es haber creado la más sólida conducta burguesa para garantizar su historia y haber fundamentado las delicias de una espléndida dicotomía entre la conciencia sobre las conductas “correctas”, “legales”, “morales”, etcétera del “buen burgués” y lo que se necesita, por *debajo* (es un decir) para que funcione toda la maquinaria capitalista de la explotación. La corrupción se *muestra* como un placer metafísico.

El placer burgués por la corrupción no es un placer lineal ni confesable, se encuentra calificado de acuerdo con el patrimonio y la rentabilidad como plenitud de éxito. Se cultiva para alcanzar más patrimonio y más renta. ¿A quién hay que untar? Cuando esas condiciones se obtienen, el placer burgués está ahí, pleno y juguetón, sabroso y exultante, se brinda, se celebra y se justifica bajo un silencio de secta tramado por la complicidad. Hay que ver Wall Street, hay que ver las alianzas monopolicas, hay que ver las licitaciones privatizadoras... ¡cómo se celebran!, ¡con qué placer corre el caviar, el champagne, los bocadillos selectos para paladares exquisitos, las señoras lucen sus atuendos y perfumes *duty free*, los caballeros presumen sus “marcas” la empresa presume sus *equipos* de colaboradores, los políticos presumen su “logros democráticos” todos contentos... todos complacidos, todos gozan! Estética burguesa.

En un salón de fiestas de la sociedad burguesa, los asistentes paladean el discreto encanto de la riqueza que produce un encantamiento colectivo al son de los compases de una orquesta y la voz de algún cantante de moda. Son ceremonias que rinden pleitesía a la supersti-

ción del dinero, al escarceo místico con la propiedad privada, al orgasmo secreto y lúbrico de las ventas nuevas, los clientes cazados, el depósito en el banco. Una sonrisa aquí, un beso allá, “felicitaciones por la operación pactada” surge como una chispa incandescente el placer en símbolos vivos de poder y éxito. Las damas pasan, súbitamente, a segundo plano. Esto es un asunto de hombres. Otro placer de género. Lo que el burgués posee es su ser, lo que importa únicamente, unívocamente. Pero, además, importa su prestigio de mago que logra hacer pasar por prestigio el mayor número de corruptelas ocultas. Respeto y ejemplo. La posesión de riquezas crea envolturas de seducción mística en todos sus congéneres. Y lo gozan a rabiar. Hacen lo posible por granjearse la simpatía del *gurú* financiero, empresarial, burócrata. Le preparan carne asada, platos de *Design and Style*, bebidas caras, postres exóticos y sumisión, fidelidad, hermandad mientras afloje la “marmaja”, la “guita”, la “lana”... mientras comparta contactos, poderes y status. Yo acumulo, tú acumulas para que yo acumule...

¡Qué placer! Una alfombra persa que no pagó impuestos, un televisor pantalla enorme que tampoco... un *Mercedes Benz* que se pagó como transporte de enfermos... ¡Qué placer! Subir los precios de las “canastas básicas”, no subir los sueldos y conseguir materia prima con descuentos y a crédito. ¡Que placer! La contratación de trabajadores “flexibilizada” con subsidio gubernamental y evasión de impuestos. Son una delicia, en las claves de la estética burguesa, esos “valores” cuyos atributos absorben al sujeto burgués que se absuelve de inmediato porque “da trabajo” y “crea riqueza” como un demiurgo de sí frente a sus reencarnaciones en dinero. Para el burgués generar empleos es una dádiva (rentable, por supuesto) que disfruta él y su parentela.

Es una estética que hace de la propiedad privada una teología en los instintos, la cree biológica y le masturba la convicción de que no hay mejor lucha que la lucha por obtenerla. El burgués sólo necesita de sí para complacerse con el ideal de sí triunfador, exitoso, poderoso. No hay límite, lo que se tiene sólo puede superarse con lo que se desea. Un burgués que se precie no puede detener la acumulación, hará lo indecible hasta tenerlo “todo”. El burgués se muestra escondido en sus S.A. como un héroe anónimo, pero con poder sin rostro, con

marca registrada, estética de violencia sorda, odios acumulados, soterados y sublimados contra la clase social que lo enriquece... estética a la larga de sus miedos.

### **h) Crítica de la vulgaridad pura**

Existe una inercia burguesa descomunal, empeñada en vulgarizar todo lo que toca. Como Dimas pero peor. Epidemia incontrolable que viene adueñándose palmo a palmo, y hace siglos, de todo cuanto la humanidad hace o deja de hacer para resolver sus necesidades. Calamidad *apocalíptica* e impune que destruye inmisericordemente todo valor y todo baluarte del espíritu para desvencijar hasta la ignominia cualquier forma de optimismo y esperanza. Dejemos de esperar al anticristo. No es exageración. Es cosa de encender la tele.

El día en que la burguesía consolidó su asenso social y se dispuso a edificar los bastiones de su distinción clasistas, acusó de vulgaridad y con tono peyorativo, todo cuanto no se pareciera a su ética, moral y estética. Especialmente si tenía factura “popular”. Vulgar en algún sentido y momento significó “propio del vulgo”. Pero hoy los significados han mutado, se desplazaron para evidenciar el trasfondo de ocultamiento implícito en acusar a los demás de lo que se padece en lo personal. Suele ocurrir que en la acusación se delata el acusador. La verdadera *vulgaridad*, hoy por hoy, la que devasta al espíritu, es la que produjo la clase comerciante que subió al poder para instalar su lógica de la acumulación. Y nada más vulgar que su filosofía de la riqueza. Entre brillos, oropeles y almidones; maquillajes, modales hipócritas y contratos sociales usureros, más la urgencia de lucimiento, presunción, vanidad e individualismo; a cual más cualquier adinerado se abandonó al lucimiento de sus poderíos como moraleja pedagógico-didáctica de una manera del éxito que sólo y fundamentalmente consiste en explotar a otros y hacerlo pasar por logro moral y de progreso. Eso fue y es vulgar.

Con una capacidad de evolución pasmosa la vulgaridad aprendió a depurar sus tácticas y estrategias. Se convirtió en filosofía y *leit motiv* hasta inundar con sus premisas la casi totalidad de la “cultura de masas”. Vulgaridad como depreciación del habla, de las relaciones

humanas, de los soportes éticos y estéticos. Vulgaridad en la preparación y consumo de alimentos, relaciones sociales e intimidades. Vulgaridad devastadora y depresiva dispuesta a complejizar con sus arbitrios las concepciones de la vida más sutiles e indispensables para poner a salvo al espíritu. Y todos estamos bajo amenaza.

Reina por eso lo kitch que es vulgarizante porque cretiniza las pretensiones decorativas de la mercancía hasta instalarla como standard de el gusto uniformado bajo los auspicios intelectuales de la compra-venta masificada. Reina el insulto y la humillación impunes porque deja indefensa a las sociedades en el desamparo educativo. Reina la mentira la usurpación y la tergiversación globalizadamente porque se ahoga, virulentamente, toda alternativa expansiva del gusto, la libertad de la comparación, la riqueza del conocimiento y la posibilidad de apreciar lo distinto. La vulgaridad impone mansedumbres, impone dictaduras del ridículo que amenazan permanentemente la integridad emocional y expresiva de los grupos. Impone un abatimiento exponencial de la creatividad y convierte permanentemente a todo individuo en espectador consumista de modelos estéticos uniformantes. Vulgaridad para diseñar vestuarios futboleros y vulgaridad hasta para predicar teológicas. Vulgaridad pandemónium metida hasta la cocina.

Es vulgar el salario mínimo como es vulgar el poder adquisitivo. Un cruce semántico *maquiavélico* hace confundir lo popular con lo vulgar para generar soterradamente un sentido de culpa subterráneo que convence a los pueblos de alejarse de lo propio para preferir lo aceptado en las aldeas globales. Trampa inteligentísima que tiene garantizado su propio fracaso. La vulgaridad es saturante. Hasta el hartazgo la expansión de la vulgaridad se mente en las aulas, las oficinas y los confesionarios. Recorre amenazantemente las calles de las ciudades, los pasillos de las casas y los subterráneos del subconsciente. Nadie está a salvo. Vulgar es el colorido de los concursos televisivos como algunos encabezados de los diarios. Vulgares los emplazamientos de cámara que buscan las nalgas de las modelos, como vulgares los programas de chismes. Vulgar la comicidad humillante de quienes exhiben trampas alevosas sobre el público como vulgar el tra-

tamiento de algunos debates pseudointelectuales. Y pasa por divertido, inteligente e informativo. Desde el aula hasta el bar.

A la lógica de la vulgaridad se opone, naturalmente, la lógica de toda lucha contra la alienación en su sentido fundamental de libertad social permanente. Se opone la lucha social y su libertad de expresión. “Popular” no es sinónimo de vulgar. A la inercia burguesa de la vulgaridad arquitectónica, museística, literaria, cinematográfica y masmediática se opone, naturalmente, la reivindicación de las expresiones lúdicas infantiles, lo loco poético de las irreverencias creativas no mercenarias, la potencia mágica del amor y, por supuesto, todos los rituales que reponen frescura y pasión ante la espontaneidad del espíritu dispuesto al encuentro con la calidad de la vida sin imperios comerciales usureros. A la lógica de la vulgaridad se impone la vida misma o debería imponerse sistemática y revolucionariamente hasta reponer un orden poético liberador que termine para siempre con todo proyecto deprimente. Y no está fácil.

### **i) La belleza adquisitiva. ¿Sólo el consumismo es bello?**

Estética de, desde, los *mass media*. Diversión y Farándula “*a full*”.

La experiencia mayúscula de la estética burguesa está, sin duda, en la base del capitalismo, es su ser grotesco y absurdo, su conciencia secreta y corrosiva de saberse productora de su propia destrucción. Y eso la vuelve una estética de la desesperación, la histeria y la destrucción. Los procesos de masificación en los que interviene la estética burguesa, como cohesionador histórico, adquieren un carácter de la conflictividad estructural en el proceso de industrialización-mercantilización para llegar a la masa como legitimación de la cultura de la lógica de la mercancía. La estética burguesa entendida como explosión anti social, muerte del espacio público y legitimación del capitalismo, no dejará títiro con cabeza y someterá a sus devaneos todo espacio como espacio para disfrutar la sublimación, sublimadamente, desde los nuevos sujetos, las mujeres, barrios, hospitales, manicomios... expropiará toda cotidianidad, negará la heterogeneidad e implantará su moral de la uniformidad que es la uniformidad del consumo. El mercado mismo.

Nuestro siglo es el siglo de la alienación. La estética burguesa opera como catalizador del capitalismo y se caracteriza por embellecer, triunfante, una civilización cada vez más corporativa, de mercado e imperial. La estética burguesa, armada con el salto tecnológico y sus máquinas de guerra mundial ideológica, genera condiciones propicias para frenar el desarrollo humano impunemente.

Y cuenta con ayudas y justificaciones desde la filosofía, que le es servil, incluso la epistemología complaciente, con un arsenal de argumentos y programas explosivos de conciencia iluminada por la razón empiriocriticista de la televisión. La estética burguesa se auto erige como un “universal” de todos los tiempos. Esa es su prepotencia y su capacidad de destrucción creativa, basada en la negación de la historia y su reyerta interburguesa por controlar la economía con tecnología cada vez más sofisticada y mercado globalizado. Fragmentación, alienación.

Jamás la estética burguesa tuvo tanta capacidad de maniobra, ubicuidad y rentabilidad. Barbarie *hermozeada* en el mercado libre y la demagogia neoliberal depredadora. Hay, con mucha frecuencia, en el discurso de los *mass media* burgueses, remitencias a los ideales estéticos de todos los tiempos. Suelen ser referencias que eluden toda profundidad porque, de base, creen que el “público” es *ignorante*, incapaz de aprender, percibir la sensibilidad “clásica”, limitado en su capacidad de síntesis... con ayuda de la publicidad se han encargado de beneficiarse, unas veces plagiando otras saboteando, en sus productos la inspiración futurista, cubista y también surrealista. Siempre lo puramente formal de ellas.

Agarran parejo, música, gráfica, danza, teatro... donde haga falta un recurso “llamativo” para afianzar las ventas: telenovelas, conciertos, avenidas, latas de sopa, pañales desechables. Todo puede ser escenario para Leonardo, Rembrandt, Tchaikovski, Magritte; no importa género ni número, la estética burguesa se pone por encima de cualquier producto y éste siempre puede ser sometido al antojo de un sello de “gusto” burgués que satisface no sólo lo funcional y lo operativo. Un ballet, quizá el Boshoi, en plenas evoluciones fúnebres del cisne albeo, puede sacar a cuentas sus deudas de “blancura” con un jabón cualquie-

ra. Si eso es una vulgaridad, si es un atropello, si suena a violación... a manoseo, muy bien, eso es la estética de la burguesía. También.

Son los ideales mercenarios de una “belleza” que impregna al mundo con su razonamiento cínico de miseria y miserable. El modelo de belleza impuesto por los *mass media*, es un modelo de violencia, vulgaridad, farándula, racismo, anarquía, injusticia y degeneración clasista. En el cine, la radio, la TV; por todas partes. O casi. Sus logros más vendidos obedecen a un modelo llamado POP (popular), le llaman así no porque lo produzcan los pueblos sino porque se fabrica para que ellos lo compren. Tienen “arte experimental” y de “provocación”, que se hacen pasar como atrevimientos que, desde luego, jamás rompen con los valores supremos del consumo, la industria y la hegemonía de los medios de comunicación de masas. He ahí una parte de la producción más “aceptada” en condiciones de imposibilidad para elegir. El POP, por ejemplo, tiene sus jerarquías y sus popes posmodernos, o sea de mezcolanza, basados en una simplificación de lo figurativo casi didáctico con nostalgias por la “tradicción”.

La revista electrónica *Art Market Insight*, confirmaba esta tendencia recomendando la inversión en arte frente a otros productos financieros. *En los últimos años el mercado del arte ha resistido a todas las grandes correcciones financieras y se ha mostrado claramente como mejor inversión que los valores bursátiles.* Según el mismo artículo, haciendo una media desde septiembre de 2001, 100 dólares invertidos en pintura tenían un valor de 140 dólares en julio de 2004, y 153 dólares en noviembre de este mismo año. Este dato, comparado con un beneficio medio del 8,5% para la inversión en bolsa (tomando como baremo el índice Dow Jones), da una ventaja clara a la inversión en arte *cuya compra, además de ser mucho más rentable a largo plazo, implica un nivel de riesgo mucho menor ya que el mercado del arte por su naturaleza es mucho menos volátil,* según *Art Market Insight Londres es, con diferencia, el centro más importante del mercado del arte en Europa, con casi el 28% del volumen mundial de beneficios en 2003 y el 33,1% en el primer semestre de 2004 según la base de datos francesa Artprice. Por primera vez en cuatro*

años este aumento en los beneficios va acompañado de un crecimiento en el volumen de transacciones y los precios, con una mayor cantidad de lotes vendidos por encima de la barrera psicológica del millón de libras (casi un millón y medio de euros), que fueron 33 en el primer trimestre de 2003 frente a los 47 del mismo período del presente año. La obra que alcanzó la cotización más alta en el mercado londinense durante los primeros meses de 2004 fue “*Odalisque au fauteuil noir*” (1942) de Henri Matisse, que se vendió en Christie’s por 5.900.000 libras (más de 8 millones y medio de euros). Otro de los grandes éxitos de las salas de subastas británicas fue “*Mujer sentada en el virginal*”, un pequeño óleo atribuido a Johannes Vermeer que alcanzó la puja de 24,2 millones de euros (cinco veces su precio de salida) en la sede londinense de Sotheby’s, lo cual es sólo una muestra de los buenos resultados que está obteniendo el mercado británico del arte tanto en el segmento contemporáneo como en las obras de etapas anteriores.

Para Pablo Siegrist-Ridruejo, experto en mercado del arte europeo del Instituto de Humanidades Ángel Ayala, *invertir en arte no es como invertir en acciones porque implica más a la persona, a su afectividad. El arte tiene una doble rentabilidad, hay una rentabilidad económica pero hay una rentabilidad en términos de placer estético y de prestigio social que da el arte y no dan los productos financieros.* Según Siegrist-Ridruejo, autor del estudio *El mercado del arte y los obstáculos fiscales ¿una asignatura pendiente en la integración europea*, las motivaciones de quien compra arte pueden ser la diversificación de la su inversión financiera, porque va moviendo su inversión en distintos productos o porque valora el arte, por el placer de posesión, por prestigio social y sobre todo por sensibilidad artística. En el mercado del arte juegan muchos otros factores que no son sólo el rendimiento económico, y estamos en un excelente momento para disfrutar de ello en todos los sentidos. Para la especialista en tasación, Ana Monereo *el arte es buena inversión a todos los niveles, es fabuloso poder sentir la vibración del arte en cualquiera de sus técnicas, es un lujo poder tener arte de verdad, original y sentir la emoción que quiere transmitir el artista.*<sup>6</sup>

## **j) Arriba las manos esto es una exageración**

### *El exagerado encanto de la burguesía*

El culto a la personalidad burguesa, con su mitología nueva, se asienta en la publicística como central de operaciones estéticas y desde donde se *maquila*, permanentemente, la semántica de la alienación más *sublime*. Es visible bajo los códigos de cada objeto de mercado, bajo sus crisis de sobreproducción y sus contrastes de clase. Esta sublimación ha podido desarrollarse sobre la base de una pasión burguesa que supera lo humano: la exageración.

Gracias a la exageración la vida, el mundo, la realidad son demasiado insípidas para nuestra época. ¿Por qué? Porque vivimos en una época de exageraciones burguesas. La exageración pone de manifiesto un conflicto entre la mediocridad de la burguesía y su petulancia decadente, en el seno mismo de la conciencia colectiva y que han aprendido a repetir amos y esclavos como punto de unificación o superación de clase. Para eso sirve la sublimación. En nuestro tiempo la sublimación no expresa más que una urgencia ideológica por esconder la destrucción de las fuerzas productivas. La estética burguesa, esconde su decadencia con exageraciones porque estas son también sublimación alienante. Sus objetivos son inflamar nuestra conciencia con efectismos de pacotilla y una moral individualista y degradada que se empeña en convencernos de que es una maravilla. No es lo mismo la exageración burguesa que las figuras retóricas empleadas por los pueblos, incluso antes de que pareciera la burguesía.

Las exageraciones burguesas, con todas sus ramificaciones, son la ascensión histórica de una estrategia discursiva que la burguesía consolida para eludir su bancarrota definitiva. Es una táctica más para el engaño fetichizante. Es justamente el fetichismo de la mercancía una forma de exageración burguesa que para sublimar lo que el objeto no es sin el trabajo humano.

Eso que “identifica”, que da identidad a la estética burguesa es su cualidad masificadora adosada de ambigüedad. La *vulgaridad* —lo del vulgo— contiene un sentido de clase con connotaciones peyorativas. El recurso de la exageración es la base también de la obscenidad. La exageración, filtrada en lo cotidiano; la exageración burguesa

quizá tenga pie en el siglo de las luces y el “grotesco” como modo de exageración escenificada para diferenciarse del vulgo. La exageración produce la ilusión de lo *importante*, es base de la imagen burguesa, es imagen de lo “extraordinario”. Eso que quiere tener la mercancía en todo anuncio publicitario.

Hace énfasis en detalles o valores de su yo intrascendentes pero que con exageración adquieren rango de leyenda. El que exagera participa de cierta epopeya ficticia para que su imagen sea admirada por el resto. La exageración es una salida y una coartada de la mediocridad (a condición también de que el resto pueda ser impresionado o esté dispuesto por algún interés o coerción a seguir el juego). Hace falta un entorno de ignorancia, atraso e ingenuidad para que la menor exageración resulte lúcida. Cuando la exageración deja de ser sólo un recurso, para convertirse en modalidad o valor moral, la realidad queda desfigurada con imágenes o representaciones preñadas de individualismo. Quien exagera con subjetividades de exagerante, fabrica episodios insostenibles donde sólo una exageración mayor podría hacer pasar el juego a una escala más interesante, en algunos casos poderosamente irónicos y devastadores (tal como hicieron los surrealistas). Esa dialéctica de la exageración produce imágenes de lo falso convertido en verdadero, lo mental convertido en real para sostener uno de los pilares principales del absurdo, en este caso en su sentido más odioso.

### **k) Sentimentalismo burgués: Traición, mentira y secreto**

Al burgués le repugna la clase obrera porque es más grande, porque percibe su fuerza, la olfatea con sensibilidad burguesa refinada; *presiente* su futuro y entonces se arma y no importa la injusticia, la vulgaridad, el sentimentalismo o la cursilería. El burgués es absolutamente sensible a la revolución social, viene de una, la propia y no aceptará bajarse fácilmente de su cresta, por ello sabe que debe asumir riesgos incluso con cinismo y continuar beneficiándose con las delicias del capitalismo donde usufructúa la injusticia, la hace negocio y la convierte en una vulgaridad que le sirve para adorar su sentimentalismo.

En su sensibilidad más aguda la burguesía “detecta” la potencia del proletariado, tiene una especie de clarividencia incomoda que le obliga a ser creativa a la hora de reforzar, renovar su tácticas de alienación para defenderse. Uno no puede ser cómplice de eso. Esa sensibilidad posee la fortaleza de la inmoralidad, será capaz de cualquier cosa para defenderse en la oscuridad de una sala de cine, en la familiaridad de la tele infiltrada, entre las líneas de los diarios, debajo de las cancones más cursis, en los lienzos que se bajan muchos pintores, en las esculturas de los decoradores, en pitos y flautas. La sensibilidad burguesa pondrá el dinero necesario, comprará cualquier arma de guerra ideológica que le proporcione el placer supremo de sobrevivir a la lucha de clases y mantener a su enemigo arrodillado generándole ganancias. Dará, incluso, becas.

Toda sensibilidad burguesa conlleva contradicciones de la pasión, la compasión, la invasión, la domesticación; es asedio que utiliza un mito de plenitud del sentimiento que sofoca a la realidad. Es una red emocional que se hace pasar por “verdadera” con su moral y expresión de sentimientos cuyo placer está condicionado sólo por ellos mismos. Sentimientos y placer de quien ha aprendido a traicionarse, falsificarse alterando todo orden de respeto entre las personas. Es un sentimentalismo basado en la traición.

El código de ese sentimentalismo establece la respetabilidad de las instituciones, Patria, Familia y Propiedad mientras traiciona (robándoles el producto de su trabajo) a quienes verdaderamente producen la riqueza para mantenerlas. Es un acto de traición permanente, basado en negar cualquier derecho a la libertad mientras se habla de libertad de empresa, libertad de mercado, liberalismo a ultranza. La sensibilidad burguesa se emociona con himnos, tragedias (hay una pasión especial por el destino), banderas, emblemas, títulos... organiza ceremonias para todo lo que sea culto a sí misma y se produce todos los placeres de la palabra elogiosa, de la palabra grandilocuente, de la palabra lisonjera; se emociona hasta las lágrimas con la palabra más exacta y conturbadora sobre la grandeza de sí, el buen amo de hacienda, el buen burgués, el buen funcionario que lucha por “sus” trabaja-

dores paternalmente parece que es la autoconciencia de su propia respetabilidad voluptuosa.

La sensibilidad burguesa manifiesta su “grandeza” de alma con una avasalladora corriente de ocio vertido en ceremonias, fiestas, duelos fúnebres, etc. Allí corrige y amplifica sus códigos de afectos y sueña con neutralizar el odio de clase que, de un modo profundo, los separa de quienes le generan bienestar y placer. Para eso el burgués financia “arte”, lo que él llama “Arte”, que decora su status y corrobora su moral. Paga “arte” porque necesita fabricarse una sensibilidad capaz de autorreflejarle y le *prometa* eternidad y rentabilidad con status.

El burgués sonrío emocionado gracias a una sensibilidad voluptuosa que enloquece principalmente con las formas. He ahí una comprobación de sus necesidades emocionales más urgentes. Es sensible a todo género de satisfacciones, incitaciones y excitaciones formales donde pueda meter sus valores y revitalizarlos... darles aire, vida aunque sea prestada. Y para eso hay que contratar y amaestrar “artistas” burgueses capaces de enjuiciar y condenar todo lo que va quedando chico a la acumulación capitalista. La paja en el ojo ajeno.

Con gran esmero la burguesía ha prodigado una “educación sentimental” enraizada en las tradiciones melodramáticas decimonónicas. Conserva cánones muy rígidos para sus pasiones donde el placer no *mancilla* (al menos aceptadamente) al amor, al compromiso matrimonial ni a todas las consideraciones morales del “buen gusto” y de la propagación de la especie (burguesa). Hay, desde luego, rupturas sentimentales adosadas con odio, intrigas, celos, crímenes... género de violencia soterrada, propio del “amor” puro al cual ha de rendirse servidumbre eterna. Música, lágrimas y aplausos. Habrá final feliz siempre, o casi.

Hay un motor egocéntrico de clase que domina la escena burguesa hasta en los afectos más preciados. Hombres y mujeres asumen un protagonismo egoísta con emociones institucionales. En la vida sentimental del burgués casi cualquier pretexto posee un detonante de goce, pero el placer ha de controlarse como se controla al “mal”, ha de confinársele a las demarcaciones jurídicas que la sociedad ha ideado para que habiten ahí, porque en el placer sólo debe haber domi-

nación. Nadie puede sucumbir (en público) a las tentaciones. “La ropa sucia se lava en casa” instinto patronal, de autoridad, de dirección, que no acepta límites ni inhibiciones. Apogeo de placeres en los pasadizos de la doble moral burguesa que, como el triunfo de su “libertad” y forma de sumisión al sistema, besa la frente de su esposa amada y de su madre dignísima, dos instituciones morales que se amarán hasta la vejez, mientras en lo oscurito se hacen la paja en el ojo ajeno. La telenovela reina.

¿Qué hay que entender por estética burguesa? ¿El arte de sublimar la realidad, en tanto que método formal de “traducción” artística? La burguesía no inventó la sublimación... pero se la adueño rentablemente. No hizo más que injertarla sistemáticamente en el pensamiento todo de las sociedades modernas. Esa táctica de la sublimación que tiende a desviar la mirada, la conciencia es en realidad una malversación coherente con la definición misma del capitalismo que es malversación de riqueza, entre muchas cosas. Sublimación que requiere cierta sensibilidad cómplice la fincada en la ingenuidad y en la ignorancia. Sublimación que es premisa de la alienación. La estética precedente que quería soluciones definitivas al modo de *gozar* la vida resignadamente, maquillar la miseria, escuela que fracasó frente a la multiplicación exponencial de la muerte. No hubo remedio: ni el naturalismo ni los realismos pudieron con el paquete de la realidad que lacera y que impone sus lógicas dolorosas y terribles. Había que idear un modo de in-visualizar lo que se tiene ante los ojos, de desviar la mirada para dejar de mirar lo que se ve y amortiguar sus pesos y contundencia. Había que sublimarlo. Volverlo adjetivo, exageración, salida, consuelo, resignación heroica.

Toda sublimación burguesa produce sanciones a la historia, los sentimientos y los humores, los “enriquece” y eleva a planos superiores. De ahí su fruición por la “imagen” que, además de método creativo, símbolo de fe, es para la *intelligentsia* un puente muy conmovedor y rentable hacia el misticismo. Por eso su brazo armado es la publicística, madre putativa y voluntariosa de la exageración y la vulgaridad. La sublimación burguesa no es *strictu sensu* un método artístico sino una coartada narrativa de esas que tanto gustan “de-cons-

truir” a algunos filósofos sublimes, de la sublimación. Sublimar es, concretamente, una intervención social que exige la huida ante la realidad mediante la construcción de un más allá, mental, celestial, extraterrestre y garante de la pasividad.

También muchos “realismos” burgueses han encontrado el modo de desviar, en épocas respectivas, cuanta expresión tienen los sentimientos y necesidades de los grupos sociales. Cada exageración “realista” supo despegarse del interés concreto por todo cuanto concierne al mundo, a la vida tal cual es. Los “realismos” burgueses, incluido el socialista, subliman la realidad en la exhibición formal de sus aristas y en la *irremediabilidad* de ésta. La realidad es así y es intocable, intransformable. Lo real es mental y depende, siempre depende para esos realistas sublimantes, de las sensaciones y de un, tarde o temprano, nihilismo solipsista. Muy sublime antropologismo de la escapatoria. *En este sentido filosófico lato, y no en el de una escuela literaria cualquiera, podemos decir con certeza que el nuevo arte será realista. La revolución no puede coexistir con el misticismo. Si eso que Pilniak, los imaginistas y algunos otros dominan su romanticismo es, como puede temerse, un impulso tímido de misticismo bajo un nombre nuevo, la revolución no tolerará por mucho tiempo ese romanticismo. Decirlo no es mostrarse doctrinario, sino juzgar sanamente. En nuestros días no se puede tener “al lado” un misticismo portátil, algo así como un perrito que se mima. Nuestra época corta como un hacha. La vida amarga, tempestuosa, turbada hasta en sus entretelas, dice: “Necesito un artista capaz de un solo amor. Sea como fuere la forma en que te apoderes de mí, sean cuales fueren los útiles y los instrumentos con que me trabajes, me abandono a ti, a tu temperamento, a tu genio. Pero debes comprenderme como soy, tomarme como yo me vuelva, y no debe haber para ti nadie más que yo.* L Trotsky

La burguesía modificó la tragedia y la hizo sublime. La sublimación es la forma monumental de la estética burguesa. A falta de mitología referencial, para una tragedia contemporánea la burguesía ideó la sublimación como estandarte narrativo que impregna una fe profunda en el destino imperialista que da sentido a su vida. Esta estética monumental superpuesta ya desde la Edad Media, tiene tufos de mitología

cristiana, convertida en “humanismo” institucional, que dejó de darle semántica a las catedrales y a todas las relaciones humanas para ponerla en la propiedad privada y reproducirla desde sus células más queridas: familia, patria, religión. La estética de la sublimación ha sido posible, más que por la unidad, en torno a la fe del proceso monopólico que se introduce al alma de la sociedad moderna como nueva religión real. Con la sublimación burguesa la vida se encuentra despojada y no hay lugar para los añejos conflictos del héroe y el destino, el pecado y la redención. Es el fin de los grandes relatos; la muerte de la historia y el nacimiento de un héroe nuevo, solitario e inefable, antítesis de toda dialéctica: el pensamiento único. Destino alcanzado.

La fe en este destino necesita de la sublimación más desarrollada para evidenciar y esconder los límites del capitalismo suspendido por sobre la humanidad como *fatum* cuya rigidez es voz de la sangre, contradicción entre el mundo y la conciencia. La burguesía no creó la sublimación pero se la apropió para postergar la infancia de la humanidad.

La estética burguesa atomiza las relaciones humanas, confiriéndoles una flexibilidad y una movilidad sin precedentes sus emblemas artísticos se sostienen con el misticismo narcotizante dueño de grandes parcelas de la conciencia, individual y colectiva. La estética burguesa, una vez atomizadas las relaciones humanas, idea un culto nuevo a la personalidad sublimadora que se sitúa en el centro del universo, como un arte. Basta con sublimar lo que sea para que se llame “artístico” pero el objetivo inicial —la adoración de la personalidad individual— se entronizó como mitología de dioses corporativos cuya identidad de marca, firma, imagen empresarial, derecho de autor se pone por encima de una sociedad real que será neutralizada sublimándola.

Una estética de la traición.

Una sociedad que no tiene por fundamento de su cohesión la solidaridad total está condenada a glorificar la traición, tarde o temprano. La convertirá en uno de sus placeres más representativos. La traición es la regla de oro en las emociones burguesas. Es su fiebre emocional más ejercitada, su musculatura y su orgullo. El burgués es traidor por definición. Hay que ver las peleas Inter-burguesas que llegan a desatar

“guerras mundiales”. Hay que ver el “gasto” mundial en regalos, cenas, vestidos, rentas, hoteles para las y los amantes de un burgués. Hay que ver los hilos verdaderos de las relaciones humanas en una empresa, oficina, corporación, burocracia; hay que ver los *deseos* verdaderos entre competidores por un mercado. La burguesía disfruta con las canalladas por eso crea mafias, icestos, infidelidades, conflagraciones. Y pasa por “natural”.

Son traidores que profesan fidelidad absoluta a la acumulación pero no a las personas. Su fidelidad es fidelidad al dinero... al capital, al capitalismo, a su reproducción y acumulación. Esa es la belleza suprema y la adorará hasta el paroxismo con la vida misma. Eso sí es hermoso.

Además, a la burguesía le gusta guardar secretos. No ha podido *superar*, psicológicamente su manía de estilo vital basada en callarse cosas, especular convencientemente con la información... traicionar con el silencios. Mentir callando. Es casi un esnobismo. Una cursilería nueva, vulgar como casi todo lo que hace. Calarse “cosas”, mutis, traicionar en silencio como condición de ser. “Que no se sepa”, que no se difunda ese hecho, dato o informe con que se ejerce poder, el saber es poder, dicen el que sabe tiene un poder burgués con plenitud de estilo que brota del modelo chantajista.

El silencio burgués depende de una ecuación ideológica de clase que se practica con impunidad. Muchas “señoras” se callan *cositas* que debieran saber los maridos si reinara la honestidad. Muchos maridos se callan eso que hacen y que no desean para sí. Es ecuación de traidores que el sistema cobija y multiplica con “silencio” bancario, silencio político, silencio ante la miseria, silencio ante la injusticia; “*top secrets*” que simbolizan categorías de una prehistoria para inmovilizarnos, para que permanezcamos en ella, como vestigios de lo que no se sabe ni se sabrá.

Como “en bocas cerradas no entran moscas” el silencio de las buenas personas burguesas es una carta mayor con que se juega desde la más ingenua de las traiciones hasta los golpes de Estado. Estos, claro, cuanto más secretos más poderosos... se cree. A la burguesía le conviene callarse muchas cosas, mantener en secreto los libros de contabili-

dad, las propiedades, las cuentas en Miami o en Suiza... muy calladitos juntan sus *dolaritos* o euros y van, discretos, a depositar los lejos, en cuentas secreteas, cajas de seguridad... allá donde su confianza burguesa se siente con mejores réditos a corto, mediano y largo plazo. La estética burguesa permite gozar ese fino espasmo del silencio relativo, “que no se sepa” cuánto poseo, es decir, que lo sepan sólo esos que interesa informar para que se guarde el secreto en colectivo. El secreto de clase.

Todo secreto burgués existe siempre en “familia”, aunque todos hagan como que no saben, y no es escasa la porción de beneficios que genera guardar secretos, aunque un día alguien se considere estafado y lo encuentre abominable. Es un placer que se llevará hasta la tumba, lugar predilecto por la burguesía para atesorar sus mayores secretos. El placer burgués tiene sus secretos predilectos y los desembarca constantemente como excelencia de sentimientos. Secretos al por mayor, secretos de Estado, secretos de alcoba, secretos bancarios. *Passwords*, claves, códigos, criptologías de todo tipo para atesorar sin que se sepa de que manera. ¿Cuanta es y dónde está acumulada la riqueza esquilmada a los trabajadores? Silencio. Un secreto se puede guardar tras una mentira. Esa mentira podrá repetirse desvergonzadamente ¿cuanto ganan los políticos, los empresarios, los clérigos? ¿cuáles son sus propiedades materiales y concretas? Edificios, inmuebles, casas, palacios. ¿Quiénes son los dueños, cuánto se roban? ¿podremos saberlo? Por ahora son secretos. ¡Que delicia burguesa que honor mentir así, que orgullo de clase, que satisfacción! ¿A cuántos trabajadores explota *papi*? ¿A cuántos *mami*? Papi y mami ¿se dicen la verdad, toda la verdad y nada más que la verdad? Podemos tenerlo en casa.

Guardan silencio los burgueses traidores. Mienten sin pudor. Es uno de sus placeres *magníficos* ante el cadáver del enemigo, adversario, competidor... guardarán silencio póstumo sin piedad mientras cierta información deje beneficios, rentas, ganancias y se llevarán sus secretos a tumba como virtud celebrada por los demás burgueses que también callan, esconden, mienten.

La burguesía se auto complace obsequiándose un arte de imágenes fáciles. Imágenes democratizadas para decorar sus dominios mentales

y físicos. Como el *pop art* que se construye con farándula e intelectualismo nov clasemendiero para cumplir con un goce estético que crea la ilusión de sentirse parte de muchos. Aceptado, masificado, vendible (ver de lo sutil popular al *kitch*).

En la estética burguesa hay componentes de silencio recurrentemente beneficiosos del poder. Se hace silencio frente a las demandas de las sociedades. Es silencio, indiferencia y miedo como estilos estéticos. Se impone el silencio como imagen de represión y censura. El silencio de la ignorancia, el silencio de la perplejidad. El auditorio burgués está condenado al silencio contemplativo que sólo puede romperse autorizadamente para expresar algún hecho por imagen de aprobación.

Hay también algo de irreverente en el silencio, se puede hacer silencio como rebeldía frente a discursos o imágenes hegemónicas.

### **1) La importancia del sufrimiento en la estética burguesa**

La burguesía disfruta de modo desigual el sufrimiento propio y el sufrimiento de “los otros”. Ha hecho con ello todo un *movimiento* de producción de imágenes para el *entretenimiento*. Disfruta que sufran *realistamente* los otros y los usa como coartada moralista para advertir sobre los peligros de salirse del *stablishment*. Cuando un burgués exhibe su sufrimiento lo hace pasar como imagen de heroísmo. Cuando un externo, excluido, ajeno, “otro”... sufre por “algo” fundamentalmente es porque se equivocó de algún modo. Se equivocó de clase principalmente. La burguesía es hedonista, deja el sufrimiento para otros o para crear la moraleja de que sólo se sufre realmente cuando se pierde el paraíso burgués, todo o en parte.

A la estética burguesa sólo le gusta el escándalo propio. Lo cual no es poco. Es una de esas formas dilectas que tiene para “glorificar” sus mediocridades. A la mediocridad le gusta ser escandalosa. Promoverá el escándalo que convierte a las personas en pequeñas, hará megamanifestaciones, mega-conciertos, mega-todo para que se confunda lo grandote con “grandeza”. Se rata de una sensibilidad proclive a la pérdida del pudor si se trata de conquistar a las masas. No hay sensibili-

dad burguesa que no sucumba a la tentación de la *masividad*. Lo supo muy bien Hitler.

Pero se trata de una masificación que rinde culto al individualismo. Una estética adoradora del personalismo pero que gusta de tener masas entregadas al ídolo. El burgués sueña con las masas a sus pies, como su guía y redentor, como su ser y su esencia, como su principio y su fin. El burgués quiere a las masas como se quiere a un *escenario* que deja dividendos. Aprecia el acto de concentración de capitales y de multitudes, se rinde honor frente al tumulto con el tumulto mismo y alimenta su sed de acumulación aglutinando personas que, tarde o temprano, pondrán su plusvalía en la canasta *beata* del capitalismo salvaje. Y las masas han sido educadas para que *gocen* su masificación, en los transportes, las calles, los auditorios, los estadios; el burgués ha *creado* masas dóciles para que compren en masa los discos, las películas, los relojes, las sandalias, los alimentos fabricados en masa. Eso es un escándalo.

La masificación burguesa goza tragando identidades, cree que las ha ganado y se autocomplace con eso. Es auto-placer que se simboliza con cifras de mercado donde quien más *masas* junta logra un poder aristocrático casi místico. La masificación burguesa comporta un ser *numeral*, uniforme y mediocre. Su cualidad esencial es la cantidad. Pero esas *masas* importan al pensamiento burgués sólo cuando son decorativas y compradoras. Para esas masas también existe la instauración de un sistema de *representación* del mundo, un mito de “autonomía individual” donde las personas son, por sí solas, capaces de superar cualquier contrariedad, necesidad; no se necesita al grupo, a las masas. Esa estética de lo individual es una disociación moral creada por el utilitarismo para convertir la economía en mito, la producción en una religión, en un lugar ajeno, alienado, que se percibe como *natural* pero que pertenece a otros.

El *evangelio* estético del capitalismo tiene por logro convencer a los explotados que nada hay mejor que la *pasión* por el lucro y la emoción de la usura en una sociedad permisiva, *liberal* para algunos. Para la estética burguesa es un placer mayor la privatización y la mercantilización máxima de todos los bienes y servicios. El despilfarro del

patrón y la austeridad *franciscana* del trabajador. El “otro” como cliente acrítico, cautivo y dócil. El utilitarismo como categoría de placer de la libertad económica. El régimen salarial, basado en la servidumbre, se oferta como una *conquista* placentera; la propiedad privada como *orgasmo* moderno, progreso material de los monopolios, eficacia y eficiencia en la globalización del tráfico financiero. Y holgura financiera suficiente para gozar plenamente las cualidades del consumo clasista que ofrece el capitalismo sólo a quienes tienen el privilegio de “pertenecer”, y no hay límites a la imaginación *creadora* si hay dinero.

Para la burguesía es excitante acceder a posiciones de poder para la producción en masa. Es una estética cuyos placeres acompañan las condiciones de vida y de trabajo en los procesos de acumulación capitalista y uno de los avances ideológicos puede considerarse como imprescindible para la supervivencia del sistema. La estética capitalista está asociada a la figura de la familia burguesa de los propietarios o patrones “respetados” por sus empleados, estos adoradores de su director; pero hacia afuera es distintivo estético el anonimato de las sociedades mundializadas gracias al ocultamiento y la salida huida garantizada. Una síntesis de Salvador Dalí decía *ávida dollars*: El burgués odia a los niños, tiene el tiempo rígido y adora la sangre.

### **m) Estética Burguesa Exxxplícita**

*Los exxxcesos de la moral<sup>7</sup> burguesa<sup>8</sup>*

*La pornografía no es un campo de entretenimiento libre de víctimas.*

*Vosotras sois animales de placer, instrumentos para el goce momentáneo.*

*La pornografía... hoy es una industria rentable, misógina y orientada a la producción y la exportación (...) En la pornografía las mujeres son penetradas por perros, caballos, anguilas, objetos fálicos con púas, cuchillos, pistolas y vidrios, y la piel de las mujeres negras es concebida como un genital femenino más que puede herirse. El mensaje central es que no importa lo que hagan a una mujer y de*

*cuántas maneras la lastimen, a ella le va a gustar. No existe atrocidad histórica, como los campos de concentración, Vietnam o el esclavismo, que no haya sido usada por esos padrotes para crear sus guiones de violación, mutilación y humillación, como si las víctimas sintieran placer sexual (...) ‘Es que es la industria de la fantasía’, me argumentan, y yo digo: una asiática colgada de un árbol es una mujer asiática real colgada de un árbol real. ¡Es un insulto a la conciencia humana que esos actos de gente real se sigan concibiendo como si sólo existieran en la mente de un hombre consumidor; como si esto fuera más importante que la vida de ella! Andrea Dworkin<sup>9</sup>*

*...el oscuro sello de lo impúdico...<sup>10</sup>*

Una de las producciones más *explícitas* de la estética burguesa es la pornografía.<sup>11</sup> Una idea de “placer” convertida en negocio descomunal<sup>12</sup> para representar otra forma de la degradación humana con todas sus modalidades, desde la pedofilia<sup>13</sup> hasta sadismo vuelto show. Ese negocio de exhibir, bajo una serie de estatutos visuales para el “goce” de los consumidores, el ideario sexual de muchos monopolios se convirtió en un *mercado de sexo, prostitución, prensa, video, televisión, internet, trata de blancas, etc y las actividades relacionadas con este negocio, hostelería, turismo, bebidas alcohólicas, etc. suponen tal volumen de beneficios que, aunque no existan estudios globales, es evidente que alcanza unas cifras astronómicas que superan, con mucho, al tráfico de armas y drogas juntos.*<sup>14</sup>

Ese comercio burgués de la *carne* humana supone que su espectáculo es “erótico” de “gozo” para las masas, mientras cancela toda intimidad concreta. La vulva de las *niñas* no es sólo un objeto del la voluptuosidad común sino un “cheque en blanco”. La clave es convertir en fetiche la exhibición sexual como representación de una “verdad” humana que, en realidad, esconde tras jadeos, sudores y exaltaciones la realidad brutal de la explotación (incluida la de los actores y actrices, sometidos a condiciones denigrantes y riesgosas con la “autorización” que les da el desempleo, el dinero fácil y la mafia), *Mostrar* para esconder. Queda posmodernizada la fabricación burguesa de una sexualidad inventada por y para los *mass media*, con su esté-

tica de la vulgaridad y la banalidad miserable para un “público” pobre, que esta vez incluye a pobres y a ricos, a laicos y a beatos, a célibes y a degenerados, en la misma línea. *La nueva era empresarial presenta la explotación sexual como un negocio sumamente lucrativo para las mafias que lo controlan. Se dice que el turismo es la empresa del siglo XX, a la cual acompaña la venta, desde sitios de Internet de fácil acceso, de tours paradisíacos con sexo pagado incluido para el viajero con mujeres exóticas, jóvenes y dispuestas...América Latina, Asia, Estados Unidos y Europa, África, Canadá, Oceanía. Según el Unicef, más de un millón de niñas y niños son robados al año para insertarles en el negocio del turismo sexual con infantes. A pesar de todo, las autoridades, muchos medios, e incluso especialistas de la sociedad civil organizada, llaman aún a este fenómeno “prostitución infantil”, lo que implica, de manera falsa pero inconsciente, que hay un intercambio de dinero y de voluntades entre un adulto que paga por tener sexo con una niña de 13, 14 ó 15 años, quien es forzada a aceptarlo para que su explotador cobre. La industria de la pornografía infantil, directamente relacionada con el abuso sexual, el secuestro (secuestro para fines sexuales) y la explotación infantil, genera ganancias multimillonarias y, al igual que la del cine pornográfico ya mencionado...ello no sería posible sin tres elementos: la protección de hombres de poder al crimen organizado que sustenta estos males sociales, la corrupción del Estado y la visión androcéntrica que protege los intereses masculinos (se calcula que más de trescientos millones de hombres adultos en América Latina pagan por tener sexo con mujeres jóvenes [Agencia de las Naciones Unidas para la Mujer: Unifem]). Lidia Cacho<sup>15</sup>*

Esa explicitación mediática de las actividades coitales expresa, en primer lugar, el grado de *moralidad* de sus realizadores, la moral mercenaria de la industria *hollywoodense*, por ejemplo, y el grado de infiltración logrado con tácticas ideológicas entre audiencias victimadas por una educación sexual paupérrima, relaciones sociales devastadas por la miseria, el miedo, la ignorancia y la explotación. Es evidencia de cómo la propiedad de unos medios de producción de imágenes e imaginarios, esta vez metidos entre sábanas de personas contratadas

para exhibirse sin límites, arroja un producto, culpígeno para muchos, que logra subsistir en las gavetas más íntimas de muchos educadores, catedráticos, políticos, patrones de gran exigencia “moral”, como un *divertimento* “inocuo”<sup>16</sup>. Y resulta que a muchos les espanta hablar de moral... debatirla. Dicen que “eso es de cada quién”. Muchos olvidan, gracias a eso, la moral revolucionaria, que es obra de relaciones humanas en acción de cambio radical. Desde las raíces, pues.

Se trata de un mercado de la hipocresía con estética lúbrica auspiciada, no casualmente, por regímenes militares<sup>17</sup>, autoritarios, conservadores, dictatoriales que somete a la mujer a ese *rol* histórico de objeto para el deleite del “hombre”. No hay datos cualitativos ni cuantitativos sobre el *asco* real que muchas mujeres (mientras no se vean viejas o gastadas) han de soportar sometidas a degeneraciones de toda índole y a individuos, uno o varios, relativamente desconocidos, para cobrar algún dinero; alienación genital a la ofensiva con imágenes que disocian la experiencia humana directa. Alienación *didáctica* que muestra a las mujeres cómo practicar la sumisión a los placeres del “hombre”, patrón, amo, guía espiritual, proveedor de vanidad, casa, familia y propiedad; alienación farandulera que engaña a los despistados con la falacia de la “liberación sexual” *encarnada* en las chicas del *star sistem* porno como un logro moral que no explícita a qué monopolio beneficia. Es cierto que no toda la exhibición de sexo *explícito* es necesariamente pornográfica y que lo menos pornográfico del asunto son los cuerpos humanos, cohabitando o no, lo pornográfico es la explotación, la vendimia de mercancías alienantes y la impunidad con que se maneja la doble moral de las mafias<sup>18</sup> asociadas con los gobiernos. *Escribir o leer un libro sobre el abuso y comercio de menores no es ni fácil ni agradable. Sin embargo resulta más peligroso para la sociedad guardar silencio sobre este fenómeno. Ante la muda complicidad de la sociedad y el Estado, miles de menores son víctimas de comerciantes que les convierten en objetos sexuales para la compraventa y disfrute de millones de hombres, quienes encuentran en el abuso sexual infantil y en la pornografía, un deleite personal sin cuestionamientos éticos. Esta no es una historia de un viejo sucio que descubre que le gusta tener sexo*

*con niñas hasta de cinco años de edad. Y aunque algunos fragmentos en voz de las víctimas son profundamente dolorosos, la valentía y claridad de testigos y especialistas, nos permiten ver la luz al final del camino y comprender más a fondo las implicaciones de la complicidad del silencio en el tema de la violencia y la explotación sexual. Lidia Cacho<sup>19</sup>*

Pornografía es *pedagogía* para recordar el papel histórico que la burguesía le asigna a la mujer que, además de administrar los bienes del poder masculino, han de administrar los bienes del placer machista, deberán afeitarse, pintarse, vestirse, desvestirse, contorsionarse, gemir, gozar y agradecer lo que el hombre les provea, poco o mucho, chico o grande... no hay salidas, ese es su margen de maniobra y ese es el límite de sus placeres. Estética burguesa. En un extremo de las paradojas no es difícil encontrar criterios “liberales” (¿neoliberales?) que dan por saldado el debate sobre el contenido soez, de mal gusto, racista, machista, ideológico... alienante de la pornografía. Creen haber *superado* los “prejuicios viejos” con un dejar hacer y dejar pasar toda la parafernalia pornográfica que reduce las relaciones sociales, a fin de cuentas políticas, entre personas, a un “mete-saca” genital, eyaculatorio y utilitarista... y eso es sinónimo de “liberación”. *La sociedad se traga todo lo que le den y ha llegado a creer que nada de esto es malo, por eso la gente no se escandaliza. No les importa”, se lamentaba, aunque nunca al extremo de bajar la guardia, convencida de que “hace tiempo que comenzamos a ver, a identificar, a articular el dolor de la brutalidad sistematizada. Es tiempo de reconocer que gran parte de ese dolor es el resultado de un sistema diseñado para asegurar nuestros placeres. Andrea Dworkin*

No importa el carácter y moraleja de esclavitud con que es tratada la mujer, (la mujer que en otros escenarios de la doble moral cumple el *papel* de la “madre abnegada”, la “compañera fiel”, la “esposamiga” más verdadera) que con todo tipo de *violaciones* audiovisuales es usada para dar placer masturbatorio a *muchachos* calenturientos de todas las edades y status morales o económicos. El colmo es que hay mujeres que también disfrutaban de eso: *las mujeres disfrutaban la*

*degradación y la violencia si así les place a los hombres, dado que la sexualidad está definida por ellos y para ambos sexos (...) Bajo el patriarcado, la subordinación de las mujeres es erotizada y la violencia se ha hecho sexualmente atractiva. Andrea Dworkin, Alienación burguesa.*

Acaso la pornografía *resuelva* lo que muchos dictadores no pueden resolver en las relaciones humanas concretas; acaso sea plataforma de fantasías que repiten las fantasías de dominación con que las sociedades crecen envueltas hasta el hartazgo; acaso se trata de un paliativo masturbatorio para enajenar *visualmente* la conciencia de personas destrozadas psicológicamente hasta el límite de sus necesidades sexuales básicas. En cualquier caso es ejemplo de barbarie emocional y de miseria cultural. Un gran negocio, pues. Globalizado, tecnologizado<sup>20</sup>, omnipresente.

Al respecto hay palabrería oficial de todo tipo: *Hace algo más de siete años, el Congreso estadounidense aprobó la Ley para la Decencia de las Comunicaciones, donde se establecieron multas y hasta condenas de cárcel para quienes auspiciaran este repugnante negocio. Pero ello sólo se mantuvo en pie durante unos cuantos meses, porque el 26 de junio de 1997 el Tribunal Supremo de Estados Unidos, con el argumento de salvaguardar la libertad de expresión, la desaprobó. Al explicar su postura, un informe de esa entidad judicial indicó que la referida pornografía representa ganancias por unos mil millones de dólares anuales, en especial por el cobro de las tarjetas de créditos para acceder a servicios reservados.*<sup>21</sup> Algunas fuentes burguesas incluso hacen recuentos minuciosos.<sup>22</sup>

La venden como “libertad”. Con la Pornografía aumentó la venta de nuevas tecnologías, videgrabadoras, televisores, reproductores DVD, señales de Cable... ganancias importantes para muchas empresas *mass media* directa o indirectamente relacionadas con el *affaire* porno. Time Warner y Comcast tiene canales bajo el régimen “pago por evento” para el show pornográfico. Muy pronto se habrá *popularizado* la pornografía audiovisual vía teléfono portátil<sup>23</sup>. *Harvey Kaplan, director de operaciones de celulares de la empresa xobile.com, de Charlotte, Carolina del Norte, que vende videoclips de*

*dos minutos para descargarlos en los celulares, dice que la sed de contenido de material relacionado con el sexo, empujaría la popularidad de los celulares con capacidad de navegar en la Internet... “La gente no va a salir a comprar un celular para observar películas Disney, dijo Kaplan, pero sí comprarán un celular con acceso a videos sexualmente explícitos.*

Masturbación empresarial *on line*.<sup>24</sup>

¿Quién podrá detenerlos?, ¿la moral burguesa?, ¿las leyes burguesas?

Vendrá el día en que el orgasmo también sea revolucionario.

### **n) La estética de sus guerras: concierto para control remoto en sí sostenido**

Hay un martillo sobre las sienas del reloj y un pájaro amoratado hace fuegos artificiales en la oscuridad cúbica de la alcoba mientras la tele garabatea trazos de muerte sobre cielos relampagueantes. Pasan 33 aviones y la noche es una ciudad ensombrecida con misiles patrióticos como moscardones. ¿Duermo? Es tarde y tabletean los dientes un terror inédito. Sobre la pantalla de la televisión abunda cierta cordura de guerra. Esa tierra quema su sangre negra a borbotones.

Rechina en las mandíbulas del televisor la palabra ejército. Mastica a oscuras destellos de mi cuerpo mareado que se refleja en la tele, yerto, helado, atento, amorfo, derrotado. El control remoto perdió la memoria. Las imágenes se atropellan entre adjetivos de humo negro. Algunas palabras se retiran de la circulación. Hay misiles enamorados del estrépito. Se besan se abrazan, bailan en simultáneo sobre el cielo y sobre el techo una danza de alacranes y arañas. El presidente de los Estados Unidos se disfraza de cangrejo y salta la página. No sé si la guerra sale o entra de mis ojos... por mis ojos. Todo esto tiene una nota artística (según las notas de prensa).

Otro cementerio está lleno a rebosar; muchos ya no encontraban sitio. Alrededor de las ninguna del atardecer, cuando colgaban más cabezas nucleares, apareció una comisión de aspecto parietal forma-

da por cuatro ofidios con libros y pelos bajo el brazo. Se inclinaban una y otra vez, firmaban papeles. Un cuarto señor, vía satélite, se entendía sin muchas palabras. Pronto tuvimos arcángeles batidos en sangre lodosa y viceversa, al estilo antiguo, con un gesto no carente de simpatía.

Nadie lo notó pero para muchos el primer esplendor de la juventud quedó manchado irremediablemente con sangre y petróleo. ¿De quién son todas estas voces? Sobre la bóveda del cráneo, entre rayos patriot, hay sinápsis nuevas. Exactamente. Hay orquestas musicalizando funerales. Piezas humorísticas. Lo que más les gusta es tamborilear de arriba abajo con misiles. Los fabricantes de la palabrería se confunden con diplomáticos, los diplomáticos con periodistas, los periodistas con funcionarios, los políticos con reporteros, los reporteros con soldados, los soldados con ellos mismos. No reconozco esos ruidos. ¿Es un vals?

Una embriaguez se apodera de todo. La noche amenaza con dislocarse. Mientras tanto, en silencio, agazapadas públicamente, bajo el sigilo de lo desnudo, las bolsas suben.

Miremos los anuncios en la tele que son el único remanso de paz y humor; tienen sílabas decididas a enamorarnos. Nos dejan enhiestos sobre un carnaval encarnizado, bien pertrechados con nuestras bolsitas del supermercado a medio llenar. Somos patéticos. Hay hipodérmicas legendarias que nos gustan mucho. Los protagonistas parecen personas de carne y hueso. La publicidad siempre comienza con gritos de parto que acaban en danzas salvajes de sombras y larvas grises entre las meninges. Lo cotidiano linda con el espanto. En la cúspide de su vida, en plena riqueza y esplendor, los anuncios publicitarios se sientan a nuestro alrededor y nos profesan cariño. Eso es todo lo que necesitamos. Aplaudan por favor.

Nadie debe declararse contra la grandilocuencia de los misiles y las publicidades. Los *tomahawk* son gordos, tienen estrías sobre la carne y las pupilas, recuerdan las estrellas ordenadas como esquirlas muy rigurosas, rebosantes de color rojo y poesía mostaza. Acatan la planimetría de los tanques para cambiar las auroras por ocasos. Prefieren el esquema abstracto de los esqueletos calcinados que no

ignoran las complicaciones ocasionadas y no se dejan llevar por ellas.

Un sentimiento salado se esparce como tanteo sobre lápidas. Los bombarderos tienen amoríos enfáticos con el círculo, el cuadrado y las líneas bien delimitadas. Están a favor de utilizar colores nítidos, violáceos... roji-negros, y, en general, de introducir la precisión a toda costa. Defienden la división geométrica del espacio emocional. Lloran los ojos y no es tristeza. Lo que más gusta a cada militar es su televisor, preciso, hasta en el contorno más insignificante. Piensan con romanticismo sentimental que el presidente es un televisor. Televisor delimitado frente a lo indeterminado y nebuloso. Un militar que trabaja frente a su presidente televisor no se equivoca. Como Dios.

Detrás se ve, entre la imagen de mi cuerpo transparente tatuado en la pantalla, un fusilamiento que lanza retazos de vida a otro televisor que mastica apurado. Los pies se enfrían. El reloj perdió momentáneamente la memoria.

Entretener al público con episodios de guerra empuja de forma estimulante a lo ininterrumpidamente ingenuo. Así somos los televidentes. No puede decirse que la guerra, en los últimos veinte años, haya sido precisamente aburrida, ni que los soldados modernos no sean muy entretenidos y populares. Una cosa es segura: la guerra sólo es alegre cuando no rechaza la abundancia. La recitación en voz alta se ha convertido en piedra de toque para cada disparo coleccionista de países y personas vivas. Todo militar entretiene, amenaza y tranquiliza a la vez. Uno empieza a reír de sí mismo por temor.

Un señor, a quien disparan desde temprano presentó dos esquirlas humorísticas en el cráneo lleno con canciones populares. Una señora desconocida sacó de sus heridas siete poemas militares. Despegó del portaviones un aplauso atronador. Los avisos tuvieron raiting. Sobre las calles cada persona se transforma en escombros. Un señor distinguido hizo honor a la libertad del lugar. La bandera de la cruz roja nos hizo bajar la mirada. Han quedado en el oído algunas frases de metrallera.

Sobre un teatro de operaciones bélicas se reblandece el aire de vez en cuando. Esto anima a los espectadores. Se le considera arrogante y

tiene aspecto de serlo. A un buen militar le tiemblan las aletas de la nariz y las cejas se le arquean. La boca escupe una contracción irónica, está cansada y, sin embargo, serena. Canta su himno acompañado de quejidos, bramidos, crujidos de huesos, tableteos de metrallata. No perdimos detalle.

Todo es terror, todo es terrorismo. Un par de aviones inauguró otra ruta hacia las avaricias. Se hicieron trizas los hierros, los colores y los cristales; el cemento escurrió como gotas blandas desplomadas pesadamente. Los sonidos jamás oídos se precipitaron. Desde entonces gritan las gargantas hinchadas con absolutos, desde entonces persiguen como lebreles los colores de todas las tierras jamás vistas.

Los soldados recogieron la totalidad de este tiempo innombrable con sus comodidades malignas y locas, se hizo un ruido sordo de estrépito, una melodía esclarecida. Por eso sonrío un portaviones Medusa tierra aire. Muchos puntos de audiencia. Cuando disparan introducen simetrías y ritmos. Una pincelada de Napalm colorea los campos con tintes históricos nuevos que son la alegría de nuestras clases medias. Celebramos en simultáneo una bufonada y una misa de difuntos.

La boquita de un cañón tira besos de muerte y algunas otras cosas graciosas. Mientras el éxtasis no se adueñe de todo Irak el sainete no habrá logrado su objetivo. El ejército necesita descanso, el salir a escena diariamente agota, desmoraliza. En medio del trajín asalta un temblor en todo el cuerpo. Cuando no puedan ver las noticias dejen todo y huyan. Por primera vez los encabezados de prensa muestran a un soldado que enfermó de profundidades inexplicables e inabarcables. Su hipersensibilidad clarividente fue su punto de fuga. No pudo sustraerse a las impresiones ni refrenarlas. Sucumbió a los poderes subterráneos. Es que los estilos de invasiones en los últimos veinte años se dieron cita ayer. Tres o más voces simultáneas bombardean, hablan, cantan, silban y cosas similares, de tal modo que sus misiles forman el contenido elegíaco, divertido o extraño de la guerra. En tales bombardeos simultáneos se expresa de forma drástica la tenacidad de una voz, una gran voz, una única voz.

Es el valor de la voz. La voz humana representa el alma, la individualidad en su vagar entre escombros demoníacos. Los ruidos representan el telón de fondo, lo inarticulado, fatal, determinante. Enmarañamiento mecánico que tanto asusta a los delfines. De forma abreviada, el televisor presidente muestra el conflicto con las armas de destrucción masiva, que nadie encuentra, y que hacen ruido de páginas periodísticas y noticieros. Cadena de ruidos exquisitos.

Un niño irakí estaba especialmente preparado. Fue ejecutado en túnicas negras y con temblores exóticos, grandes y pequeños, ante un tribunal de metrallas. Proporcionó las melodías para el fusilamiento nuestro estimado canal de televisión. Hubo también bailarinas. Un enviado especial ya entrado en años, que hace las delicias de muchos miles de personas con sus reportajes objetivos y encantadores, aparece siempre con un abrigo negro de esclavina amplia y, al pasar entre los muertos, roza con ella los charcos de sangre. ¿Alguien lo vio?

Con donaire los soldados ignoran que hay un cielo desaparecido. ¿Cómo es posible?, ¿que no son idénticos la muerte y el demonio? Y quienes han muerto, ¿ha, vivido realmente? El presidente discute a gusto, aunque, o porque, en el fondo no escucha en absoluto las explosiones. Sabe demasiado, por instinto, como para hacer caso de palabras e ideas. Eso incluye a la verdad. Discute las teorías militares de las décadas últimas, y lo hace en un sentido que atañe a la esencia dudosa del propio Dios; a su completa anarquía, a sus relaciones con el público, la raza y la cultura de la sangre. Se puede decir que la guerra no es un fin en sí mismo —para ello sería necesaria otra tanda publicitaria—, sino un estilo épico nuevo. Esto último no parece en absoluto una cosa tan fácil como en general se tiende a creer. ¿Qué significa un épica nueva tan heroica y armónica, si nadie la ve por televisión porque no puede encontrar comentaristas con la sensibilidad de la época? La guerra es sólo una ocasión, un método. Con Visa, Master Card o American Express.

¿De dónde iban a venir la calma y la sencillez, si no de la épica nueva? También el estilo cortés y peripatético de la guerra es sólo apariencia. Ella se almacena diariamente en millones de barriles. La mascarilla mortuoria lo revela, del optimista no puede apreciarse mucho

en estos casos. Una investigación honrada no podría disimularlo. El odio, la terquedad, la pedantería, la alegría instintiva, el mal ajeno y el deseo de venganza; todo esto como capacidad racial, fisiológica, superiores, como los soldados... muestra nuestra televisión. Pero si uno no llega a ver el carácter amoroso y auténtico de esta guerra, el carácter específico, pese a todo el tanteo y la búsqueda, ¿cómo va a poder amarla y cuidarla?

Un palimpsesto de desfiguraciones. Es posible que nuestras inversiones permanezcan intactas aunque todo se complique aún infinitamente. En su fantasía, que procede del escepticismo consumado, la guerra de nuestro tiempo tiene que ver sobre todo, no con Dios, sino con el televisor presidente.

A eso de las doce de la noche viene otro noticiero. La guerra interrumpirá a la publicidad. Cada misil cuando estalla susurra: "esta época es nuestra". Cámaras y micrófonos logran capturar esos instantes. ¿Qué otra cosa puede ser más respetable e imponente?

¿Echan de menos a los pozos petroleros? Sin publicidad la televisión no puede producirse ni hacerse perceptible. La publicidad es petróleo aéreo. Hace funcionar la vida de dos formas: como un triunfo moral y como sacerdocio. Un periodista debe aspirar a eso por su época y su entorno con una actitud igualmente conciliadora hacia la forma y hacia los hidrocarburos. Los periodistas están ante la puerta de un mundo *on line*. En efecto, su existencia ya fue demostrada por el paisaje y por la palabra dinero. Pero también muchos envejecieron por animar la guerra sin orgasmos. En las encrucijadas de los cielos las luces de la guerra, vigilantes y atentas, espían los sueños de los periodistas que lamen su gloria en el hocico de la barbarie.

Toda acción de guerra es parto de funerarias que, decentemente, como crisantemos lavados, son base única del entendimiento. No importa si refunfuñamos. La guerra a nadie ignora y a aquellos que sepan interesarse por ella recibirán, con sus caricias, una buena ocasión de poblar el país con periodistas. Se mezclan los colores en cada destello de misiles que pintan el cielo con pólvora. El soldado aprecia al jefe, es feliz si se le insulta: eso es como una prueba de su coherencia. El soldado elogiado por los periódicos, comprueba la utilidad de

su obra y cubre los andrajos de la brutalidad con microbios tipográficos. Decretamos dureza contra toda inclinación a las lágrimas. Cualquier debilidad no será más que diarrea almibarada. Alentar una guerra semejante significa obras fuertes, rectas, precisas y, más que nunca, definitivas y renovadas. La lógica de esta guerra es guiar a las naciones rumbo a los bancos internacionales. Es su incesto, que fornicar consigo y nos devolverá soltura, entusiasmo y la alegría de los plazos fijos con esa inocencia que nos hace bellos. Casi sutiles, como los dedos que resbalan sobre un revólver líquido.

Sobre el firmamento de las estrellas polares un solo chorro de gas mostaza puede ser la verdad nueva. La deificación de esta gesta causa el carácter nuevo de la televisión como apéndice de una moralidad de soldado que debuta en la vida con un don espontáneo de publicista, alentado por un ambiente simpático que podría llegar a ser algo verdaderamente grande y maravilloso. Cerca del final de esta guerra, es decir, llegada la hora de la escena académica, en unas sillas de ruedas, se dictarán conferencias de oráculos profundos y consejos de redacción. Volvimos a ver hoy la matanza y es realmente divertida. Los domingos hay resúmenes con lo mejor de la semana.

En este momento hay una inmensa cantidad de militares. Lluven frases ingeniosas. Sus cabezas giran e irradian fulgores etéreos. Hay un partido de los intelectuales, una política del intelecto, algunas sutilezas hacen difícil la transmisión vía satélite. Hay cinturones intelectuales, botones de camisa intelectuales, los periódicos rebosan de intelecto. Si esto sigue así, la estrella de esta guerra, la estrella de muchas noches de guerra entre misiles, arbusto en flor, revivirá canciones de cuerpos tendidos sobre las calles de Bagdad ya debilitada por el dolor.

Si nos descuidamos, una seriedad melancólica dará al bombardeo aires de desdén y solemnidad distinguida. Así son los cadáveres. Se necesita más ironía para arreglárselas con la época. Hay gestos de gladiadores en algunos muertos banquete raído y reseco. Como ningún tipo de guerra, política o confesión parecen poder contener este desbordamiento, lo único que falta son chistes y sangre nueva. Un sorbito.

Las personas resultan baratas. Hay rebajas por liquidación de las filosofías. Hay una secta cuyos adeptos están, todavía, embriagados con sangre vietnamita y se hacen envolver en banderas con estrellas. Para ser exactos, dos tercios de las balas producen sonidos a los que ninguna sensibilidad puede resistirse, son los conjuros más viejos del plomo. El uso de palabras voladoras en la tele nos llena de magia, poder hipnótico, irresistible y fluido. Son estas las veladas de una sola palabra o frase que, indolente o apática, opone poca resistencia a la muerte. Mientras miro mi reflejo en destellos sobre la pantalla del televisor, adueñado de lo que queda de mi cuerpo, el desolladero crece y se aferra al prestigio de la grandiosidad militar. Se hace posible lo imposible, reina un ambiente que no puede ser perturbado ni por el parpadeo de los ataúdes.

Por momentos los soldados parecen avestruces en un camposanto. Esta es la diferencia. Sólo una cosa es importante: Participar en una campaña militar. Otra ojiva quirúrgica se abre paso entre la fuerza ciega. Una pregunta aparece donde se presenta lo irremediable. Entonces los soldados meten la cabeza en el agujero de los muertos. Mis piernas están en la caja azul y brillante que me ciñe la cadera, los anuncios publicitarios hacen sobre mi pecho una llaga púrpura, fuera de foco, y, sujeta al cuello, una congoja bien apretada. A la penumbra se une un sombrero en forma de chistera alta con rayas azules y blancas. Hubo un estruendo auténtico, la transmisión vía satélite se interrumpió por instantes eternos. Tuvimos curiosidad y terror. Como no pude huir me hundí en la oscuridad.

Algunos anuncios se hicieron más pesados, aumentaron su énfasis a medida que se agudizaron los bombardeos. Me doy cuenta de que quiero salir de aquí (y lo quiero a toda costa), me sobrepongo aturdido. Me doy cuenta de que mi voz, a la que no le quedaba otra salida, adoptó la cadencia del noticiero sacerdotal. No sé qué me inspira esta situación eclesiástica ante el púlpito televisivo. Arrebato a la pantalla mi rostro pálido y desencajado que se incendia, entre misas de difuntos y coroneles anhelantes, como boca del fusil. Trato de pegar mi rostro rescatado sin que se noten los pliegues; fracaso tres veces y me resigo a un rostro que ya no me expresa porque no puede. Entonces se

enciende, como estaba programada, la radio despertador que también trae noticias y anuncios. Me abraza otra nausea. ¿Estoy despierto? A las 5 de la mañana bajo de la cama como un obispo ebrio de petróleo y cubierto de sudor televisivo.

---

## NOTAS

1. *“El orden social existente ha sido creado, como hoy día concede prácticamente todo el mundo, por la clase ahora dominante, que es la burguesía. El modo de producción característico de la burguesía, conocido desde Marx con el nombre de “modo de producción capitalista”, era incompatible con los privilegios locales y estamentales, igual que con los lazos personales del orden feudal; la burguesía destruyó el orden feudal y levantó encima de sus ruinas la constitución social burguesa, el reino de la libre competencia, de la libertad de movimientos, de la equiparación de todos los propietarios de mercancías y demás magnificencias burguesas. Entonces pudo desarrollarse libremente el modo de producción capitalista. Las fuerzas productivas constituidas bajo la dirección de la burguesía se desarrollaron con velocidad hasta entonces inaudita, y a escala desconocida desde que el vapor y las nuevas máquinas-herramientas transformaron la vieja manufactura en gran industria. Pero del mismo modo que, en otro tiempo, la manufactura y la artesanía ulteriormente desarrollada bajo su influencia habían entrado en conflicto con las ataduras feudales de los gremios, así también la gran industria, una vez plenamente formada, entra en conflicto con los límites a los cuales la reduce el modo de producción capitalista. Las nuevas fuerzas productivas han rebasado ya la forma burguesa de su aprovechamiento; y este conflicto entre fuerzas productivas y modos de producción no es un conflicto nacido en la cabeza de los hombres, como el del pecado original humano con la justicia divina, sino que existe en los hechos, objetivamente, fuera de nosotros, independientemente de la voluntad y el hacer de los hombres mismos que lo han producido. El socialismo moderno no es más que el reflejo mental de ese objetivo conflicto, su reflejo ideal en las cabezas, por de pronto, de la clase que lo sufre directamente, la clase trabajadora”...* “En la cuarta sección de El Capital ha descrito Marx detalladamente cómo realizó históricamente la burguesía esa tarea desde el siglo XV, pasando por los tres estadios de la cooperación simple, la manufactura y la

*gran industria. Pero, [266] como se muestra también en esas páginas de El Capital, la burguesía no pudo transformar aquellos limitados medios de producción en potentes fuerzas productivas sino convirtiéndolos al mismo tiempo de medios de producción del individuo, que es lo que eran, en medios de producción sociales, sólo utilizables por una colectividad de seres humanos. En el lugar de la rueca, del telar a mano y del martillo del herrero, aparecieron la máquina de hilar, el telar mecánico y el martillo pilón a vapor; en el lugar del taller individual, la fábrica que impone la colaboración de cientos y miles de personas.” Friedrich Engels: ANTI-DÜHRING <http://www.ucm.es/info/bas/es/marx-eng/78ad/78AD302.htm>*

**Burguesía.** 1. f. En la Edad Media, clase social formada especialmente por comerciantes, artesanos libres y personas que no estaban sometidas a los señores feudales. 2. f. Grupo social constituido por personas de clase media acomodada. *Real Academia Española*

2. la tesis de Lenin, cuando afirmaba desde el año de 1917, “...la propiedad privada fundada en el Trabajo del pequeño patrono, la libre competencia, la dedocracia, todas esas consignas por medio de las cuales los capitalistas y su prensa engañan a los obreros y a los campesinos, pertenecen a un pasado lejano. El capitalismo se ha transformado en un sistema universal de sojuzgamiento colonial y de estrangulación financiera de la inmensa mayoría de la población del planeta por un puñado de países “adelantados”. El reparto de este “botín” se efectúa entre dos o tres potencias rapaces, y armadas hasta los dientes (Norteamérica, Inglaterra, el Japón), que dominan en el mundo y arrastran a su guerra, por el reparto de su botín, a todo el planeta...” (Lenin: 1965, p. 13).

[http://members.tripod.com.mx/pc\\_mexico/artiantoneo.htm](http://members.tripod.com.mx/pc_mexico/artiantoneo.htm)

3. <http://ww1.transparency.org/cpi/2005/2005.10.18.cpi.es.html>

4. “Transparencia Internacional (TI), única organización no gubernamental a escala mundial dedicada a combatir la corrupción, congrega a la sociedad civil, sector privado y los gobiernos en una vasta coalición global. A través de sus capítulos en el mundo y su Secretariado Internacional, Transparencia Internacional, aborda las diferentes facetas de la corrupción, tanto al interior de los países como en el plano de las relaciones económicas, comerciales y políticas internacionales. El propósito es comprender y enfrentar los dos rostros de la corrupción: quien corrompe y quien permite ser corrompido. En el ámbito internacional, TI impulsa campañas de concientización sobre los efectos de la corrupción, promueve la adopción de reformas políticas, el establecimiento de convenciones internacionales sobre la materia; alienta la adhesión a las mismas y luego observa la implementación de dichos acuerdos por parte de los gobiernos y

empresas. Asimismo, a nivel nacional, los capítulos de Transparencia Internacional actúan en procura de una mayor transparencia y la materialización del principio de rendición de cuentas. Con este fin, TI vigila el desempeño de algunas instituciones claves y ejerce presión para la adopción no-partidista de las reformas que sean necesarias. TI no denuncia casos individuales de corrupción. Entendemos que es una tarea fundamental de los periodistas y de la justicia que tienen acceso a información y medios para procesar estos casos individuales de corrupción. TI orienta sus esfuerzos en una perspectiva de logros sustentables en el largo plazo, privilegiando la prevención y la reforma de los sistemas. Quizás la principal herramienta en la lucha contra la corrupción sea el acceso del público a la información. Es por eso que ofrecemos esta página web a todos los interesados en participar activamente en la lucha de Transparencia Internacional.” Peter Eigen, Presidente de la Junta de Directores de Transparencia Internacional [http://ww1.transparency.org/about\\_ti/spanish\\_intro.html](http://ww1.transparency.org/about_ti/spanish_intro.html).

5. A pesar de avances en muchos frentes, incluyendo la inminente entrada en vigor de la Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción, setenta países –casi la mitad de aquellos incluidos en el índice– obtuvieron una puntuación de menos de 3 en el IPC, lo que confirma graves problemas de corrupción. Entre los países incluidos en el Índice, la corrupción se percibe como más grave en Chad, Bangladesh, Turkmenistán, Myanmar y Haití –también considerados entre los países más pobres del mundo.

<http://ww1.transparency.org/cpi/2005/2005.10.18.cpi.es.html>

6. [http://www.arco.ifema.es/salaprensa/mercado\\_arte\\_internacional.jsp](http://www.arco.ifema.es/salaprensa/mercado_arte_internacional.jsp)

7. **En memoria de Andrea Dworkin** (USA 1946-2005)

<http://www.nostatusquo.com/ACLU/dworkin/>

8. **En solidaridad con Lidia Cacho**, periodista mexicana perseguida por denunciar a las mafias mexicanas. “*Lo que me pasa nos está pasando a todos los periodistas, nos están diciéndolo (las autoridades) que no escribamos sobre los poderosos*”,

<http://www.jornada.unam.mx/2005/12/24/006n1pol.php>

9. [http://www.jornada.unam.mx/2005/07/04/informacion/83\\_andrea\\_dwork.htm](http://www.jornada.unam.mx/2005/07/04/informacion/83_andrea_dwork.htm)

10. Carlos Pérez Jara. *La pornografía o el erotismo del otro*.

<http://www.nodulo.org/ec/2005/n036p18.htm>

**11. Pornografía.** (De pornógrafo). 1. f. Carácter obsceno de obras literarias o artísticas. 2. f. Obra literaria o artística de este carácter. 3. f. Tratado acerca de la prostitución. Real Academia Española... **pornógrafo**, fa. (Del gr. *pornographos*). 1. m. y f. Persona que escribe acerca de la prostitución. 2. m. y f. Autor de obras pornográficas. Real Academia Española "pornografía" (*porne* =prostituta y *graphos*=*historia* o relato) Se comienza a publicar en los Estados Unidos allá para 1846. En el 1955 se lanza a nivel comercial cuando Hugh Heffner publica la revista "Playboy", y luego le sigue Penthouse en 1964. Hoy en día la industria pornográfica mueve la cantidad de \$9,000,000,000 al año. <http://www.euapr.com/esporno.htm>

**12.** California y en concreto el condado de los Ángeles, produce el 90% del material pornográfico que se consume a nivel mundial. General Motors a través de Direct TV vende mas películas de sexo que Larry Flynt propietario de Hustler, corporación dedicada solo a la pornografía. En EE.UU. 1,5 millones de habitaciones, es decir, el 40% de su capacidad hotelera, esta equipado con aparatos que proporcionan productos "porno". La ATT, la NBC y otras grandes corporaciones de Wall Street han depositado sus garras en tan suculento negocio ya que un reciente estudio de la revista Forbes, indica que en EE.UU. esta industria factura entre 10 y 14 billones de dólares al año. Solo en alquiler de videos para adultos los norteamericanos se gastaron 4 billones de dólares en el año 2001. <http://www.nodo50.org/caum/cineclub/ciclo03.htm>

**13.** En relación a la infancia de algunos países, se estima, por ejemplo, que en Chile 10.000 niñas/os ejercen la prostitución, en Filipinas 100.000, en Tailandia 800.000, en República Dominicana 80.000. En EE.UU. alrededor de 600.000 son explotados en redes de pornografía y otros negocios del sexo. Tal es el negocio de la pornografía infantil que el Tribunal Supremo de EE.UU. ha autorizado el comercio pornográfico de imágenes infantiles siempre y cuando estas sean "virtuales", es decir, generadas por ordenador. ¿Cual es el país que controla la industria del software a nivel mundial? <http://www.nodo50.org/caum/cineclub/ciclo03.htm>

**14.** <http://www.nodo50.org/caum/cineclub/ciclo03.htm>

**15.** [http://www.mujeresenred.net/news/print.php3?id\\_article=198](http://www.mujeresenred.net/news/print.php3?id_article=198)

**16.** *"Si en el siglo XV la imprenta sirvió primero para publicar biblias, poco después se imprimieron libros libertinos, con estampas, que con el tiempo y el abaratamiento de los costes de impresión fueron pasando a las clases más bajas", "El florecimiento pornográfico llegó con la Revolución Francesa, cuando se representaba al rey, a la reina, al clero, en situaciones sexuales,*

*siendo sodomizados, felando animales y defecando en público, con la idea de humillar a esos personajes poderosos”... “Poco después la intención política de la pornografía se fue perdiendo y se empezó a explotar únicamente la vertiente sexual. La gran crisis de la pornografía llegó a partir de 1995 cuando internet rompe fronteras y el mundo de la comunicación se transforma”... “Este es un nuevo espacio de pánico moral, globalizado, enorme, que nos va a llevar obviamente a una gran cruda (resaca) planetaria de la pornografía en el sentido de que va a haber que buscar cómo recensurar y volver a empezar”.*N Yehya <http://iblnews.com/noticias/08/113945.html>

**17.** “...Incluso las relaciones entre guerra y pornografía no son nuevas” Aníbal Ford. . <http://bolivia.indymedia.org/es/2004/08/11378.shtml>

**18.** “...Y el abismo entre el PNB per cápita de las naciones ricas y pobres aumenta a un ritmo acelerado. En la actualidad, 26 naciones cuya población es de apenas el 15% del total en el mundo disfrutan un PNB de más de 10.000 dólares(de hecho, un promedio de más de 18.000), que supera cinco veces el promedio mundial y 55 veces el de 3000 millones de personas, poco más de la mitad de toda la humanidad, cuyo PNB per cápita es menor de 500 (en cifras reales, 330). Un síntoma evidente de este desequilibrio mundial... Ningún mundo con semejantes desigualdades puede permanecer estable por mucho tiempo...”(Hobsbawm: 1992 p.52) Eric. [http://members.tripod.com.mx/pc\\_mexico/artiantoneo.htm](http://members.tripod.com.mx/pc_mexico/artiantoneo.htm)

**19.** [http://www.mujeresenred.net/news/print.php3?id\\_article=198](http://www.mujeresenred.net/news/print.php3?id_article=198)

**20.** La pornografía ingresará este año 57 000 millones de dólares. Según estima, en los últimos cinco años la pornografía digital ha crecido mil 800 por ciento, lo que ninguna otra industria ha logrado. N2H2 calcula que son 260 millones de páginas porno las que circulan actualmente; en 1998, eran 14 millones de sitios. “Tan sólo en el mes de julio de este año, se detectaron 28 millones de dominios nuevos con contenido pornográfico”, dice la empresa de filtros digitales. Hay que aclarar que estas cifras incluyen incluso a aquellas páginas que logran “esconder” su contenido, ya sea poniéndole al sitio el nombre de alguna empresa conocida o proporcionando como página principal (home ) un desplegado de noticias de interés general. “Incluso, podrían ser más páginas porno de las que estimamos, ya que con los avances de la tecnología digital, seguramente ya habrá muchos que logran evadir nuestros filtros”, agrega el estudio de N2H2. Por su parte, el motor de búsqueda Google indica que la palabra “porn” arroja 80 millones de páginas, en tanto que las siglas “xxx”, alrededor de 76 millones. <http://www.noticiasdot.com/publicaciones/2003/1103/1211/noticias121103/noticias121103-6.htm>

21. <http://www.granma.cu/espanol/mayo02/libert-e.html>

22. *Playboy*- Tiene suscripciones que totalizan un total de 2,437,424, mientras que vende al detal un total de 1,779,900. *Penthouse*- Tiene un total de 202,887 suscriptores, mientras que vende al detal un total de 3,568,517. Husler- Tiene un total de 21,500 suscriptores, mientras que al detal vende 900,000 copias Por concepto de venta sencilla mueven la cantidad de 34 millones de dinero al año sin contar los anuncios. Se le paga una cantidad de \$1,000 dólares semanales a las personas que los escriben. Hay varias firmas que se dedican a esto, y las mismas mueven una gran cantidad de dinero. Un ejemplo de esto es el siguiente: Una sola firma publica: 24 títulos al mes, 288 al año, 25,000 ejemplares por título, cada copia a \$2.25, si cada título se vende en su totalidad produce la cantidad de \$56,250, si multiplicamos eso por 288 títulos, tenemos un ingreso neto anual de \$16,200,000 En cuanto a contenido: La mayoría de los títulos explotan los temas de violación, sadomasoquismo e incesto, en su mayoría no tienen fotografías pero la ley los considera igualmente obscenos por lo escrito. Teatros de Pornografía: La Asociación de Películas para Adultos dice que en los Estados Unidos hay 750 teatros XXX. Son patrocinados por tres millones de clientes semanalmente que dejan 10 millones de dólares semanales. Anualmente estas ganancias ascienden y sobrepasan la cantidad de medio billón de \$\$\$\$\$. Videos Pornográficos: a. Para el año 1985 las ganancias que le dejaban los videos a la industria pornográfica ascendían a los 300 millones de dólares anuales. b. De sólo tres títulos: Deep Trota, The Devil in Miss Jones, Candy Stripers... se han vendido más de 13,000,000 millones copias para ganancias de \$1,170,000,000 Pornografía Telefónica: En Nueva York hace cinco años atrás este servicio atraía más de 500,000 llamadas diarias, dejándole a la compañía de teléfonos \$25,000 dólares diarios y \$10,000 a los que ofrecen los servicios. Las llamadas pueden llegar a costar hasta \$30. Se presentan todo tipo de desviación sexual. Pornografía computadorizada: 1. Se estima que esta modalidad de pornografía será la que más impacto va a tener sobre la sociedad en la última década del siglo XX. 2. También será una de las modalidades más peligrosas, porque cruza la línea del espectador pasivo que lee una revista o ve una película, a la del participante donde el usuario interactúa con el (los) personajes de un programa computadorizado. 3. Las páginas de las revistas especializadas en computación contienen todo tipo de anuncios ofreciendo servicios. 4. Se calcula que sobre 250 compañías ofrecen servicios de pornografía a través de Internet (la superautopista de información computadorizada 5. Esto representará un gran peligro para los niños, primero, por sus agilitades en el manejo de computadoras y segundo, por la accesibilidad. <http://www.euapr.com/esporno.htm>

**23.** Los usuarios de telefonía móvil de todo el mundo gastarán 1.000 millones de dólares al año en pornografía enviada a sus aparatos en 2008, lo que podría impulsar el sector de servicios inalámbricos, al igual que alimentó el crecimiento del Internet de línea fija, dijo una firma de investigación de mercado.

[http://www.aecomo.org/content.asp?ContentTypeID=2&ContentID=2264&CatID=179&Cat  
TypeID=2](http://www.aecomo.org/content.asp?ContentTypeID=2&ContentID=2264&CatID=179&ContentTypeID=2)

**24.** Dominios: 'Sex.com', vendido por casi 10 millones de euros El dominio 'Sex.com', uno de los más deseados de la Red, ha sido vendido por casi 10 millones de euros, la mayor cantidad en una operación de estas características. CNN+. Si la palabra más escrita en los buscadores de la Red es 'sex', no es de extrañar que 'Sex.com' sea el dominio de Internet más caro vendido hasta la fecha. El comprador es un grupo de inversores anónimo con sede en Boston, quien ha hecho el pago de los 12 millones de dólares, entre efectivo y acciones, al propietario de tan codiciado nombre, Gary Kremen, fundador de Match.com. Los términos de la transacción no se han dado a conocer. Los nuevos dueños del dominio planean transformar 'Sex.com' en el 'portal para adultos líder del mercado, incluyendo un servicios de citas, consejeros sexuales, vídeos 'a la carta' y chats en directo. Kremen recobró el control sobre 'Sex.com' en 2003, tras seis largos años de batallas judiciales por uso ilícito del dominio.

[http://www.plus.es/codigo/noticias/ficha\\_noticia.asp?id=520257](http://www.plus.es/codigo/noticias/ficha_noticia.asp?id=520257)

## IX. Filosofía de la *Comunicación* cotidiana

Relaciones y contradicciones entre lo público y lo privado, lo individual y lo colectivo

### a) “Comunicación” concentrada en las urbes

Después de la imprenta (en igual rango de importancia que los caminos, puentes, redes fluviales y estrategias de distribución comercial) otro salto *revolucionario* en el desarrollo de la *comunicación* se produjo con el desarrollo de la electricidad y sus *máquinas* sucedáneas. La explosión urbana sintetiza todas las paradojas, desde la arquitectura hasta el diseño industrial.

Tal como están las ciudades contienen el resultado dinámico de una red comunicacional descomunal que segrega flujos de informaciones y contra informaciones complejísimos siempre signados por los formatos determinantes de la organización del trabajo. Nadie puede sustraerse a ese estado de sorpresa permanente que, en sentidos muy diversos, influye sobre la vida de todos los *seres urbanos*.

El siglo XX el espectáculo sobrecogedor de las megalópolis y puso ante nosotros, un complejo de fenómenos y experiencias (íntimos y colectivos) tan vertiginosos y seductores como odiosos e inolvidables. En todos sentidos.

Somos testigos de un hecho cultural sin precedentes que pone a prueba nuestro ser y razón de ser. Las urbes se levantaron con la dinámica de proyectos y procesos ante los que perdimos el control y nos domesticaron con la vorágine de sus contradicciones. En muchas formas somos víctimas que criaron cuervos. Hoy la gallina y el huevo son paradigmas de nuestra identidad citadina.

Cursamos la vida envueltos con dilemas caprichosísimos, hijos de una artificialidad desbordada que marca la cotidianeidad con pinceladas tragicómicas. Crecer, pensar, soñar, amar entre semáforos, asfalto, basura, ruido y tráfico enloquecedor, reta de manera urgente nuestras capacidades de invención y reinención día a día, para una sobrevivencia nueva con idea nueva ante la calidad del vivir y el ser feliz. Se impone un sistema de intercambios que se densifica y contradice, bajo las pautas de la masificación clasista, para domesticar las con-

ductas de todo flujo humano entre su hábitat y su espacio laboral, entre sus deseos más íntimos e intensos y los imperativos de la explotación sobre poblaciones agobiadas con fatiga, enmudecidas y paradójicamente *incomunicadas*. Vivimos el repertorio de una cultura cuya configuración específica posee sistemas de selección-adaptación peculiar, donde emergen todas esas conductas, distintivo de nuestras realidades más apremiantes. El somatotipo del ciudadano, se ha histerizado en un caldo de cultivo de presiones, cuyo carácter *bacteriológico amenaza* con no perdonar al futuro. Aquí nos tocó vivir.

Para la mayoría de los habitantes en una urbe como las nuestras en América Latina, es imposible sustraer de su existencia, ese conjunto de códigos, implícitos y explícitos, que reinan impunemente sobre el destino particular y social. Pesa sobre el espíritu y la comunicación, el tamaño del dormitorio tanto como el del cuarto de baño, los pasillos, la iluminación, la contaminación del medio ambiente y las tantas impotencias ante las tantas calamidades.

Tenemos ante nosotros un tiempo y espacio de crisis que mueven nuestras vidas según el orden de esos factores que si influyen en el resultado. Tenemos un reto cultural, ideológico y de comunicación contemporáneo para el pensamiento y para el sentimiento, nos urge aprender a manejar participativamente realidades movedizas sin descanso.

Hoy la cultura urbana nos ofrece una coartada excelente y las condiciones objetivas para obligarnos a dinamizar pensamiento y acción contra lo que está en crisis. Estudiarlo nos compete porque nos envuelve y nos define. Estudiar la comunicación en la complejidad urbana contemporánea, nos compete porque reactiva la opción de un plan de lucha central para la libertad.

Tal como se presentan, la comunicación en grupos urbanos pide estrategias de investigación participativa<sup>1</sup>, multidisciplinaria crítica, autocrítica, filosófica, ética y estética, que creativamente, reponga propuestas fuera del esquematismo de ciertas *academias* que no resisten su crisis propia. Por eso hay que proponer a la inteligencia, otra articulación de estrategias específicas para la investigación sistemática de la comunicación urbana, sus antecedentes, situación actual y perspectivas. Como nadie puede sustraerse a ese estado de *sorpres*a

permanente que producen las megalópolis, uno puede abandonarse a otro estado de sorpresa que ofrece el conocimiento y, que bien visto, puede ser un estado de sorpresa promisorio. Todo este carnaval de comunicación urbana que nos hacemos y nos hace cotidianamente cuenta con los edificios que son también abstracción y síntesis del tiempo-espacio que, tarde o temprano, se vuelve centro magnético, rector de ánimos, empeños y entregas. Como panal de almas donde fluyen y refluyen todos los ingredientes histórico-culturales con bullicios de enjambre edificante. Traslado extraordinario de las formas y resoluciones que muchísimos insectos han desarrollado. Lenguaje inédito del hábitat que apenas balbuceamos. Espacio de comunicación complejísimo.

Nos atrevimos a copiar en los edificios, las formas de organización del espacio que otras especies desarrollaron. Omitimos sus “reglas” de convivencia e incorporamos nuestras experiencias, vicios o virtudes. Todavía no terminamos de evaluar las consecuencias, todavía no entendimos el proceso.

Los edificios por sí mismos son una provocación fantástica de la comunicación vertical y horizontalmente y un reto permanente a la imaginación. Todos tienen los mismos cimientos políticos, económicos y sociales, todos comparten el mismo repertorio de desafíos que pone a prueba nuestra idea de convivencia colectiva, cooperación, solidaridad y comunicación. Aún hoy nos cuesta trabajo entenderlos. No parece fácil encontrar las claves que permitan refuncionalizar el apetito ancestral de posesión y celo del hábitat para una socialización fortalecida por la conjunción de intereses. La lógica individualista de los modelos económicos capitalistas es, en muchos sentidos, diametralmente opuesta a la lógica colectivizante del vivir en edificios. La inmensa mayoría de los conflictos y/o dramas internos provienen del divorcio entre la forma de vida y la filosofía de vida.

Los edificios son *escuelas* de la existencia que nos examinan diariamente y en cada uno de nuestros actos. Del dormitorio al cuarto de baño, del pasillo a la cocina. Son espejos descarnados que nos expresan en lo que tenemos de más verdadero cuando se trata de actualizar las raíces de nuestras conductas primigenias trasplantadas.

La moda mercantil y usurera de construir y habitar edificios revolucionó todas las concepciones urbanísticas y culturales, embelesada por el formalismo funcionalista olvidó el requisito comunicacional político implicado en comprometerse con el desarrollo colectivo de seres humanos que, a sabiendas o no, comparten sus vidas, problemas y necesidades de una manera extraordinariamente nueva.

Revolución cultural e hito fundamental indisociables del marco económico y político que gestó uno de los movimientos humanos más impresionantes, consecuencia de acercar la mano de obra a las fuentes laborales. Centralismo, concentración y hacinamiento que exige formas de organización nuevas en medio de traumas, caos e ignorancias, donde las soluciones surgen más lentamente que el ritmo febril de la construcción. Arquitectos e ingenieros en su impotencia o complicidad deben estar *avergonzados* (aunque eso sirva de nada) por algunos esperpentos edilicios donde se sofoca al espíritu. En cada edificio tenemos una reproducción microcósmica del modo general de organización social y de las relaciones humanas todas, que a su vez se reproducen individualmente en el territorio fragmentario de cada departamento. Como casa de espejos donde un reflejo nos lleva a otro hasta poner en evidencia el hecho estremecedor de que hoy nuestra identidad se entiende solamente con la suma de todos nuestros reflejos. Piso tras piso.

Por eso los edificios son soluciones *fascinantes*, implican permanentemente un juego de abstracciones ilimitado que comienza con el suceso surrealista de comprar una parte de esa propiedad común que nos hace propietarios del vacío. Terreno, muros, cañerías, ventanas y todas las funciones o servicios están interconectados a un mismo cuerpo en el que las bonanzas o desgracias del vecino, de la medianera al entusiasmo, terminan coexistiendo con lo nuestro. Compramos o alquilamos un derecho de estancia que nos habilita y que habilita al resto. Asentamos nuestra realidad en vecindad con otras, para consolidar un carácter que, por más exclusivo que lo pensemos, termina siendo increíblemente similar en todos los casos y casas. Fascinación porque, además, volcamos al interior del edificio y a las partes que nos corresponden, todas las experiencias rituales, simbólicas y arque-

típicas que nos conectan originariamente con nuestra historia personal y colectiva. Vamos a la calle en búsqueda de las mieles fundamentales para la vida, abrevamos en cada flor que se nos cruza y volvemos al centro de nuestra existencia que es, al mismo tiempo, eje y espiral desde donde nos lanzamos al encuentro con nuestro futuro mediato e inmediato.

El edificio es fuerza centrífuga y centrípeta que nos fija coordenadas y saberes respecto al tiempo y la distancia. Todo queda acomodado relativamente según el punto geográfico en que fijamos nuestro centro de operaciones existenciales. Lejos o cerca terminan siendo accidentes de una decisión que tomamos o se nos impone, por la dinámica de un comportamiento generalizado que hizo de los edificios imanes extravagantes a los que regresamos tarde o temprano.

A pesar de las visiones fatalistas o apocalípticas que miran en los edificios únicamente calamidades, es importantísimo saber que esa concatenación de almas también es promesa de aprendizajes o transformaciones apasionantes si encontramos la manera de poner a salvo nuestra sensibilidad y asombro. Es que se trata de personas, de almas, sueños, anhelos y esperanzas estanciadas sobre una catapulta edilicia orientada hacia el futuro. El problema no está en la forma.

También los edificios son una oportunidad extraordinaria. Ya que tienen en su ser y modo de ser hospedadas todas las sustancias históricas y culturales que nos facultan actual y potencialmente para la vida, es imprescindible disponer todo cuanto esté a la mano para estructurar, ejecutar y expandir criterios, indagaciones y revaloraciones que permitan mejorar o garantizar lo que hoy entendemos por calidad de vida más toda la evolución que ello necesita y merece. Es decir, que la fascinación por las sustancias humanas invertidas en los edificios alcance para la crítica, la autocrítica y la transformación. Es probable que entonces escurran otras mieles mejores y más ricas, que tanto bullicio o sobresalto generado por la trama inabarcable de intereses, problemas y enigmas propios de los edificios alcance para dar techo a nuevas revoluciones del alma. Panal de esperanzas.

## b) Pedal y fibra

Después de la escritura, uno de los pocos casos en que la comunicación se expresa, no disociada de su carácter vehiculante y su base de intercambio, y que depende del esfuerzo humano individual; es el de la bicicleta. Marginadas por la cultura del automóvil las bicicletas no terminan por *abrirse paso* en las sociedades occidentales contemporáneas. Cuando mucho, protagonizan el papel de *juguete soñado* que aparece como regalo generoso en Navidades o fechas *importantes*; cuando mucho son artefacto deportivo capaz de vehicular hazañas olímpicas y paseos matinales.

Suelen terminar estacionadas en los lugares más inopinados como memoria de cierta culpa gimnástica que siempre se promete futuros mejores. Su potencial es otro. Bajo circunstancias específicas de distancia, clima y educación urbana. Sobre condiciones económicas, políticas y culturales en crisis o entre conveniencias ecológicas, urbanísticas y de salud pública, las bicicletas bien podrían ser respuesta y solución demoledoras a un sinnúmero de problemáticas relacionadas con el transporte y la comunicación.

La balanza entre virtudes o desventajas de las bicicletas suele moverse *naturalmente* por la inercia de condiciones personales y colectivas determinadas por variables poco modificables. En cambio, la balanza también se mueve con inercias *artificiales* engendradas desde proyectos económico-ideológicos empeñados en cerrarle el paso a la, tal vez más barata, solución moderna a problemas de comunicación humana.

En su costo y virtudes la bicicleta despliega repertorios alternativos al uso de otros vehículos. Eso la convierte en peligrosa. Mientras las ventas de corporaciones transnacionales automotrices se embriagan con récord histórico y los propietarios de “transportes públicos” incrementan rutas, unidades y costos al servicio de la geografía patronal y clasista, la bicicleta aguarda su momento para poner en jaque una estructura de bienes y servicios viciada por la falta de competencia y proteccionismos co-inversores. Los chinos pudieron.

Sin embargo, el desafío mayor para la bicicleta no es sólo técnico o económico. Enfrenta el fetiche publicitario y *glamoroso* de los auto-

móviles, que se han convertido en emblema de status. Enfrenta al poderío ideológico de un signo de clase, envoltorio semoviente de discursos formales causantes de calamidades energéticas y ecológicas. Por más filtros que lleven.

La idea de *democratizar* el transporte privado y público posee en la bicicleta promesas que involucran incluso a los programas educativos nacionales. Sin negar las ventajas del automóvil o el autobús y sin olvidar los costos en lo particular y lo social. Desde que Blanchard y Masurier idearon su *Celerífero* en 1779, antecedente de la bicicleta moderna, más las aportaciones de Macmillan, en 1839, hasta las bicicletas de carbono ultraligeras para competencias de alto rendimiento, los *tandem*, *side cars*, triciclos, gran turismo, etc. la búsqueda de sistemas para transportarnos y comunicarnos, con costos relativamente bajos y beneficios en salud no ha parado. Alguien inventó, casi surrealísticamente, bicicletas fijas con una sola rueda que rinden hasta hoy éxitos gimnásticos- mercadológicos en beneficio, dicen, de la esbeltez. Con la velocidad de sus provocaciones la bicicleta cuestiona también a la urbanística, la arquitectura, los programas políticos y la moral. No pocas objeciones moralista-púdicas se presentaron cuando las mujeres quisieron adoptar la bicicleta. Algo de obsceno apareció ante la mirada de los críticos europeos conservadores que supusieron peligrosa la montura, movimientos, postura y emancipación femenina a bordo de una bicicleta.

Virtualmente no existen espacios privilegiados para la circulación de bicicletas, o existen como una curiosidad casi anecdótica, no se le considera en el diseño de casas, oficinas, fábricas o centros de recreación y no hay campañas soporte que estimulen la preferencia por la bicicleta en zonas y distancias pertinentes. En algunos países la bicicleta es usada por obreros que acuden a trabajar siempre al filo del peligro. No hay reglamentación o legislación que proteja y estimule el uso de las bicicletas. Tampoco existen planes suficientes para financiar la adquisición y, virtualmente, a nadie le importa el impacto sobre la salud pública derivado del ejercicio adicional que supone el uso de la bicicleta. Ni hablar del carácter socializador que puede surgir entre pobladores que coincidieran en la preferencia por la bicicleta. La bici-

cleta estimula el paseo, facilita el acceso a zonas saturadas por el tráfico, abate costos energéticos, estacionamientos, mantenimiento, posesión, matrículas... la bicicleta es *peligrosa*. Una bicicleta buena alcanza para movilizar a dos personas por lo menos. Una cultura de la bicicleta movilizaría a la historia. En Cuba lo saben.

### **c) Poética de los semáforos**

Nuestros movimientos sobre el escenario de las urbes se pautan bajo convenios impuestos por la lógica de la administración de la violencia. Hacemos lo que nos dicen autoridades encarnadas en personas o máquinas. Comunicación vertical que tiene por hijos predilectos del ensayo y el error señaléticos a los semáforos que han salvado tantas vidas como la penicilina. Son artefactos paradigmáticos de la comunicación y desarrollo urbano, que en su historia como en su funcionalidad, condensan los modos *sanguíneos* de cierto fluir cotidiano. Con las pautas cronometradas de sus parpadeos casi incansables son esa “luz en el camino” que fronteriza vida y muerte. Sí o sí.

De las redes ferroviarias a las calles, pasando por todos los usos sucedáneos y conexos que hemos dado al semáforo, nutrimos una relación fetichista intensamente enraizada en los valores más profundos de la existencia. Toda la obediencia y crédito que depositamos en la conducta mecánica de los semáforos se parecen muy poco a las que le otorgamos a otros artefactos o conceptos. Confiamos nuestras vidas al semáforo con una certidumbre verdaderamente religiosa, bajo el supuesto de una infalibilidad casi teológica. Entonces cruzamos, calles y avenidas, protegidos por el manto magnético de una luz verde, amarilla o roja que se volvió depositaria de convenciones culturales complejísimas. Magia cotidiana virtualmente iluminada.

Los semáforos son portadores públicos de convenios colectivos respetados a precios altísimos. El estallido cultural que produjo la revolución urbana contemporánea (y viceversa dialéctica) hizo necesario inventar un sistema de mandato callejero y permanente que moderara los flujos y reflujos humanos en todos los sentidos. Se hizo necesaria una suerte de acuerdo común que, a gusto o a disgusto,

impusiera ritmos al devenir cotidiano. A pie o en auto. Se hizo irrenunciable la adopción de *imperativos categóricos* que ni el propio Kant sospechó, para moldear las conductas de los pueblos con una nueva tabla de mandamientos sintetizada, ¡pare!, ¡prevenga! ¡Avance! Pero sobre todo se creó un artefacto especialmente estrambótico y delirante que mañana, tarde y noche repite ciclos abrumadores de poesía lírica y épica, abstractas. El tema que obsesiona al soliloquio de los semáforos es la vida o la muerte y todos hemos testimoniado o protagonizado algún drama, menor o mayor, sobre el escenario de la locura urbana.

Con la presencia y proliferación de los semáforos en las vías públicas sobrevino también una estética inédita en la historia de la cultura. Diseños, tamaños, colores, posiciones, texturas y recursos de todo orden comunicacional han evolucionado dialécticamente para perfeccionar, sin lograrlo del todo, el protagonismo *semaforero*. Las calles se infestaron con postes esquineros que priorizaron su estar sobre el transitar de la gente. Las calles se vistieron de luces en una fiesta taurina nueva que dejó atrás la mitología del toro para inaugurar el toreo de automóviles y personas alternadamente. Se plagó el espacio con colores convencionalizados que uniformaron a su modo, lo colectivo como insignia inequívoca de progreso.

Emergió una estética del semáforo que a fuerza de convenios, discursos, presupuestos, impuestos y tragedias se ha estandarizado internacionalmente, hasta las saturaciones más descabelladas. Oriente y Occidente, Norte y Sur presumen como logro de modernidad la decoración callejera que su explosión demográfica ha forzado. La bandera de la “aldea global” tendrá seguramente los colores del semáforo.

Toda la cultura de la burguesía monopólica se sintetiza en un semáforo. De la historia urbana al devenir de las ideas políticas pasando por tecnologías, ciencias, artes y filosofías. En un semáforo caben además infinidad de reflexiones existenciales que se suscitan como sueño diurno en la vigilia de quien espera la luz para continuar con su camino. Hay semáforos que transformaron vidas enteras.

Es posible incluso desarrollar una “Psicología del semáforo”. Lo que cada pueblo hace mientras aguarda el cambio inexorable de las

luces es inabarcable. Depende de horarios y de zonas, de educaciones y cosmovisiones. A pie, en automóvil, colectivo o camión, unos se sacan los mocos, otros otean cuerpos, rostros y vestuarios. Algunos miran los diarios, sintonizan la radio o hablan por teléfono. Hay quienes se sumergen en cavilaciones pre-conscientes mientras otros buscan en sus carteras monedas sueltas para obsequiarlas a alguien que pide. Por una calamidad u otra.

Existe incluso un cierto morbo suicida que seducido por tentaciones trasgresoras momentáneamente desatiende los mandatos *semaforiles*. El catálogo de los resultados acarreados por semejantes tentaciones podría llegar a ser macabro. Y es que lo que tiene de autoridad y de autoritario un semáforo como representante de poderes incommovibles suscita agresiones que ninguna sociología ha terminado por explicar. Pero ocurren.

Como en una religión sincretista los rituales cotidianos a que nos acostumbra el semáforo piden que desarrollemos movimientos corporales muy diversos asociados íntimamente con nuestros estados de ánimo siempre cambiantes, semáforo tras semáforo. Se inauguraron emociones que otros períodos históricos no conocieron. La combinación producida cuando se mezclan un mediodía caluroso, una necesidad fisiológica *in crescendo*, algunas preocupaciones económicas, ciertas penas amorosas, ese principio de úlcera y un semáforo largo puede tener pronósticos incalculables. No hay diván que lo soporte.

En medio de lo aparentemente funcionalista, pragmático y racionalista que supone todo el operativo que diseña, instala y controla semáforos, vive una tendencia inteligente que no deja de ser alimentada por cierto estímulo del pensamiento mágico. Actualizado, potenciado y vivificado por los alientos de los tiempos cambiantes. Lo mismo nos pasó con el rayo.

Todas las relaciones que instauramos cotidianamente con los semáforos, a sabiendas o no, han quedado insertas en la estructura cultural de las sociedades contemporáneas y en los modelos estéticos colectivos. Alguien decidió por nosotros sin consultarnos y lo integramos al regodeo fantástico de nuestros atavismos. Nos gusten o no los semáforos se implantan y trasplantan como fetiche que aceptamos

incuestionablemente sin saber si curará algún mal, remediará algún conflicto específico o llenará el requisito presupuestal que obliga a gastar en semáforos porque así lo impone un contrato.

Los semáforos llegan a constituir bosques de luz alineados contra los horizontes naturales y artificiales de las urbes. Bosques habitados por duendes culturales invisibles cuya voz cromática pasa del verde al amarillo y al rojo como en un canto de espíritus ahogados bajo el ruido del tráfico.

Los semáforos poseen una fuerza compleja y atemorizante, guardan en su ser y modo de ser las sustancias arquetípicas más profundas y los arcanos mayores de la sobrevivencia urbana. Son como dioses cuya voz obedecemos mansamente y cuya luz nos guía diariamente para que a salvo, con nuestros sueños y futuro, bien puestos sobre la fe cotidiana, crucemos los caminos.

#### **d) Comunicación *shopping***

Es grotesco también eso que llamamos *shopping*<sup>2</sup> porque condensa el *glamour* comercial de ciertas experiencias estéticas, filosóficas y económicas derivadas del *star sistem* de los objetos bajo un ejercicio de comunicación nuevo a medias. Las mercancías protagonizan un espectáculo descomunal en *teatros* diseñados específicamente para seducir apetitos. Traducción directa de mitos, leyendas o aventuras en los que se ofrenda, con el producto del trabajo, una pleitesía mercantil fetichizante expandida entre ofertas y créditos. Son también los nuevos parques de diversiones.

El *shopping* no es como lo pintan. El *shopping* aporta a la cultura urbana contemporánea relecturas sobre las tradiciones de los mercados. Sintetiza y abre todos los componentes de la compra-venta para configurar modalidades ambientadas con luz y sonido. Un *shopping* además de mercancías vende status, vende atmósferas y estilos. Sublima mercadológicamente el binomio necesidad-satisfactor. Los *shoppings* son expendios de imagen.

Quien compra en un *shopping* paga para ser protagonista de sí en el laberinto del confort. Paga por la divisa corporativa que unge pode-

res talismánicos en bolsas, envolturas o diversiones donde aparece el testimonio documental de su heroísmo. Paga la trama, los actores, el foro y sus moralejas, para que sobreviva como sueño, esperanza o consigna, toda posibilidad de volver. Como el mito de Minos.

El *shopping* es estética de la mezcla. Placer saltimbanqui que se complace en la degustación de la multiplicidad unificada en la saturación. Como *collage* de objetos, ambientes e íconos movidos en el carrusel desenfrenado de todos los antojos. Fiesta sensorial, ideológica y emocional que arroba al espíritu con el espectáculo de la abundancia. Estética del *display*.

Seducción y comunicación de vidrieras donde se estancia una idea delirantemente objetualista de la totalidad. Discos, zapatos, librerías, jugueterías, peluquerías, electrodomésticos, cines, cafeterías. Paroxismo de la provocación, donde todo lo que no poseemos, y lo que sí, se confabulan carnavalescamente para exudar aromas, texturas, colores o temperaturas propias de un sueño que todos soñamos en la vigilia del consumo. Lo más importante es vender hábitos.

Existe una función sagrada del comercio que también se actualiza en los *shoppings*. El intercambio de bienes y servicios, que atiende a la relación oferta-demanda, dispone de valores bastante menos profanos que los del intermediarismo usurero. Por algo Cristo enarboló el fuste. Hay algo de mágico al convertir “sudores de la frente” en satisfactores diversos. Hay algo de festividad colectiva cuando se transforma el trabajo en prenda y se logra la posesión de lo deseado. Hay algo de cabalístico, talismánico e invocatorio en esa tradición ancestral implícita y explícita en el acudir a lugares donde se da cita la abundancia. Hay algo de necesario, de ritual y religioso, en esa compulsión social por identificarnos en grupo como grupo, cuando ciertos placeres o tentaciones nos seducen. Por eso gustamos de comer *grupalmente*.

El *shopping* es una casa de espejos embriagada con reflejos que van o vienen en un intercambio de identidades complejísimo, capaz de hacerse rentable y divertido. El comprador también es mercancía que se paga al precio de “*target*” en las rebatingas mercadológicas. Las mercancías son espejos del comprador y del vendedor. Los comerciantes son reflejo de lo ideológico en el sistema económico y

éste es espejo de la realidad histórica. La arquitectura refleja a la psicología, los sistemas de crédito reflejan a la política y las vidrieras reflejan la cultura. Marco Polo enloquecería en un *shopping*.

El *shopping* es diversión comunicacional interactivo trasplantada de los modelos comerciales norteamericanos, con sus virtudes y defectos. Imitación a ultranza que toma su tiempo para adaptarse al genio de países latinoamericanos, que hoy por hoy, consideran el advenimiento de sus respectivos *shoppings* como augurio de progreso. Espejismo del primer mundo en persona. Todas las conductas que se desarrollan en un *shopping* están perfectamente calculadas y determinadas. Como en los estadios de fútbol. Conductas prefabricadas para un sistema de funciones cuya variabilidad tiene como fronteras las entradas y las cajas registradoras. El asunto es lograr una experiencia vívida de la fantasía y de la posesión. Todo parece al alcance de la mano. El asunto es que nada se parezca a la realidad y que la contenga traducida en objetos, encuentros y promesas. En efectivo o a crédito.

Como “parque de diversiones” el *shopping* compite con los circos, los teatros o las plazas públicas. Concentra. Magnetiza los sentidos y se nos abre como posibilidad inédita de aprendizajes culturales que no dejan de tener sus riesgos. Los *shoppings* divierten porque “llenan el ojo”, porque se socializan encantos o desencantos, porque tienen sabor a imposible. Misterio de serpiente encantadora.

Eso que llamamos *shopping* nos abastece subterfugios objetuales calibrados con irracionalidades compulsivas planeadas para desencadenar el consumo. Nada en un *shopping* es inocente. Acaso sólo el comprador que se abandona por los caminos laberínticos de un centro comercial en espera de resolver triunfante todas las coartadas tendidas para capturar su atención, bolsillo o firma. Por lo demás un *shopping* es arte de cálculo y medida. Estudio, estimación, encuesta, proyección y diseño. Peso sobre peso. Carnaval de ritos desiguales y festín de intereses contradictorios. Red de araña.

Un *shopping* es versión contemporánea de todas nuestras tradiciones concéntricas que imantan encuentros para que dialoguemos más allá de las palabras. Versión contemporánea sin la ritualidad origina-

ria pero en plena trasmutación y/o tergiversación simbólica, arquetípica y cultural. Tradición que formó pueblos y civilizaciones. Que movió las piezas del mundo y cambió el panorama muchísimas veces. Todos los objetos son mucho más que su uso. De Egipto a los Reyes de Castilla, de Constantinopla a *Wall Street*. Por eso nos impresionan y nos enigmatizan. Conscientes o no, participamos de todas las seducciones que el *shopping* organiza en su homilía cotidiana. Institución de crédito en el sentido estricto de la metáfora. Creíbles porque avasallan, porque su caos aparente y sus mezcolanzas poseen un orden interior que percibimos como la vida misma. Porque nos arrojan con la abundancia, aún ficticia o provisionalmente, porque nos restituyen el carnaval y nos convierten en presa. Porque rompen el tiempo y reponen cuanto fetiche exprese caprichosamente la vocación de nuestro trabajo. Porque divierten. Porque usurpan la comunicación y nos la venden como ajena.

Los *shoppings* son edificios de departamentos donde se cumple una cierta ensoñación que desplaza a los humanos para privilegiar a las cosas. Las cosas reinan en un *shopping* el reino de nuestras ambiciones e hipnotizan con su coqueteo promocional a todos sus vasallos.

Eso que llamamos *shopping*, es un laberinto mágico amurallado con lenguajes de espectáculo. Es fascinación de tradiciones y enigma de necesidades y satisfacciones. Hacinamiento y revoltura de estéticas entéricas como el *kitch* y vaciamiento de valores primigenios. No hay ciencia suficiente para explicarlos. No hay teología que los incluya. No existe filosofía que los demarque. Son espectáculo, ficción real plagada con placeres y tentaciones. Conspiración organizada para la seducción de los apetitos. Enigma contemporáneo.

### **e) Hábitat y comunicación. Casa por casa, departamento por departamento. Acción comunicacional directa**

Un escenario de comunicación donde se traban formas y problemas nuevos para la historia humana son por ejemplo los edificios de departamentos. En ellos se reproduce a escala la complejidad de las relaciones sociales con todas sus contradicciones y atrasos. Eso lo

hace espacios de acción para la investigación y práctica de una intervención transformadora.

Vivir en departamento, propio o rentado, es una experiencia que tarde o temprano define y determina a la vida en su ser y su modo de ser. El sentido casi instintivo que involucra la búsqueda de un espacio para el asentamiento humano particular, de individuos organizados según sus determinaciones de clase y filosofías de vida, más el alcance que esto tiene en el desarrollo de cada cual, impacta profundamente las concepciones sobre la realidad y las formas para actuar en ella. Vivir en departamento impone la *apropiación* (voluntaria o no) de un conjunto peculiar de ideas y estatutos relacionados con nuestra capacidad de socialización y colectivización cotidianas. No siempre tenemos conciencia del fenómeno y no siempre es fácil establecer códigos que faciliten este compartir la vida en espacios departamentados.

La vida en departamentos, bajo las premisas de la industria de la construcción y de los monopolios de la vivienda, nos hace responsables y propietarios de un espacio que nos *pertenece* relativamente. La lógica capitalista de la propiedad privada, más las determinaciones de clase en materia arquitectónica, generalmente no pretenden del espacio habitable un escenario para fortalecer la comunicación humana, por ello atraviesan de muro a muro los perfiles ideológicos de la explotación para un hábitat funcional del consumo estándar, el hacinamiento de mano de obra y la mansedumbre de la fatiga. La base del diseño está determinada por la contradicción Capital-Trabajo. Vivimos y convivimos lo colectivo con lo privado a partir de fronteras que llegan a ser muy frágiles por la dinámica de conductas encerradas en un solo territorio.

Se pone a prueba ese ser social que nos es consustancial para la resolución de las necesidades vitales traducido por la inercia urbana a espacios fragmentarios que no dejan de ser grupales. Un edificio de departamentos es un universo de comunicación complejo que reproduce como en una maqueta todos los valores y sistemas de la estructura social. Un edificio posee su *microeconomía*, *micro gobierno* y *microcultura* en relación directa con las características que cada habitante aporta como transmisor de su historia y posición de clase. Tiene

una especie de personalidad particular acumuladora de experiencias, caracteres y sueños sintetizadores, querámoslo o no, de la historia general e individual.

Instalamos en los departamentos una idea de propiedad que aún alquilada, exige condiciones específicas para ciertos conceptos de lo íntimo. Se puebla un departamento con sujetos y objetos partícipes, en mayor o menor intensidad, de nuestros afectos y/o gustos para moldear paulatinamente el escenario que apetecemos como plataforma para el desarrollo de la vida.

Los departamentos con sus subdivisiones piden la presencia de entes extensivos de nuestra concepción de belleza, confort y status. Nos retratan y nos delatan con la evidencia conmovedora de tanto testimonio presente y por el cual invertimos, sufrimos, peleamos y presumimos un modo de ser “personalizado”. Uno no siempre puede llenar el espacio de su departamento con todo lo que apeetece, por los costos, por los tamaños, por mil razones que dependen o no de nosotros, pero es revelador inventariar y evaluar cuánto se parece a nuestros sueños ese lugar que nos *arropa*. Del mobiliario a los utensilios, de los colores a las texturas, de las dimensiones a las emociones. Nuestro espacio nos comunica.

No es ilógico que se antoje apelar a estrategias educativas aplicables a las necesidades concretas del vivir en edificios, reflexionar sobre el tipo y frecuencia de las problemáticas, modo o dinámicas con que las atendemos. Educarse para vivir en departamentos es en muchos sentidos autoevaluar la capacidad que tenemos para socializar solidariamente, y esto tiene que ver con nuestras actitudes en la mesa, en la cama y en los pasillos. Unas y otras son también parte de un hábitat que se problematiza cuando entra en crisis todo proceso de comunicación cotidiana.

*Educarse* para vivir en departamentos implica una transformación conceptual fincada en la crítica y autocrítica, que ponen al descubierto virtudes y calamidades del hacinamiento descontrolado, provocado por la vorágine anárquica de la masificación, en sociedades sin economías planificadas para el bienestar común.

Los departamentos modificaron para siempre nuestras ideas sobre el *vivir*. Nos cuesta trabajo aceptar que son maneras de sobrevivencia radicalmente distintas a las que conocimos cuando las ciudades tenían otras dimensiones y propósitos. Para acumular y mantener cerca a la mano de obra, intelectual y física, los modos de producción industrializados hicieron estallar esta fiesta grotesca del éxodo que amonтона en las urbes hábitos, tradiciones y costumbres disímbolas. Vivimos las ciudades y los espacios *departamentados* con una ignorancia descomunal sobre los orígenes, intereses y mecanismos que en lo político como en lo cultural-ideológico sostienen esta aventura inédita y despiadada para la humanidad.

El espacio departamentado *envuelve* reproducciones de lo que aprendimos y anhelamos. Pone de manifiesto el tipo de relaciones humanas que creemos idóneo. Pone al descubierto nuestras ideas de igualdad, democracia, justicia, bienestar o progreso. Exhibe nuestra estética y filosofía de vida. Desmenuza nuestra personalidad en cada elemento presente y ausente que por poseído o apetecido cuenta de nosotros lo que nosotros no sospechamos.

Para vivir lo *privado-colectivo* de un edificio departamentado se debe admitir que la convivencia es con otros que ejecutan sueñan y pretenden formas de vida muy similares a las nuestras. Para vivir en colectivo es preciso ejercitar un tipo específico de comunicación, análisis, síntesis y tolerancia pretendidos socialmente como *democráticos*. Es preciso incubar y cultivar la idea de que lo colectivo es posible. Es preciso desmontar la ideología de la propiedad privada y llevar ese desmontaje hasta sus consecuencias últimas. Es preciso transformar la sociedad toda y luego, bajo otra perspectiva, decidir si nos gustan los departamentos.

#### **f) Comunicaciones de los chismes**

En todo caso, aunque no exclusivamente, los edificios son escenario de chismes incontables. Ninguna forma de comunicación tiene la facilidad, ligereza y potencialidad del chisme. Fluye pluvioso sobre todas las coordenadas de la realidad matizándola, alterándola y olvi-

dándola al antojo de cada propagador que suele participar voluntariamente en una cadena informativo-literaria popular, fantasiosa e interminable. Los chismosos son activistas.

El chisme aglutina y compendia esa parte de los acontecimientos que toma como pretexto para recrear toda suerte de juicios, envidias, ambiciones o verdades asentadas en la experiencia del que lo cuenta y del que lo escucha. El chisme es juguete líquido que baña con su estilo, tono y densidad un suceso que involucra más o menos directamente, el éxito, fracaso o desgracia de propios y extraños. Mezcla anécdotas de todo orden, rescata detalles normalmente insignificantes, enfatiza gestos y sutilezas finísimos y desglosa cualquier elemento detonador del morbo posible entre emisores y receptores, siempre deseosos de malabarear un chisme en el circo *enjámbrico* de la cotidianidad.

El chisme es maqueta de procesos comunicacionales complejísimo donde el modo domina componentes y categorías. De la semántica, la sintáctica y la pragmática del chisme se hace juego exuberante que suele no reconocer límites. Se llega al paroxismo y a la catarsis por la riqueza con que es tramitado como por la variedad y abundancia de sus casos. El chisme es infatigable.

Chisme y chismoso conforman *bacteriológicamente* un fenómeno cotidiano que no repara en éticas, morales ni estéticas. Aborda cuanta oportunidad aparece para rearticular constantes expresivas normalmente subterráneas donde se alimenta un tipo de morbo colectivo siempre a flor de piel y siempre agazapado entre líneas. El chisme es una institución cultural que los grupos atesoran como coartada interactiva tan histórica, dialéctica e influyente como divertida, doctrinaria o tóxica. Todo depende de quien sea la víctima.

Un chismoso es por antonomasia un personaje socialmente aceptado o bienvenido aunque suela recelarse de él. Es mercenario de una pasión que lo enferma y es portador de *infecciones* éticas que en su amenaza producen ese placer que hace sucumbir a más de un cándido. Con el truco de que “usted no está para saberlo ni yo para contarlo” el chismoso se especializa y profesionaliza en una narrativa *juglaresca* que tiene lugar en nuestras sociedades desde hace muchísimos

años. El chismoso se cree poseedor de secretos necesarios para el resto. Sabe que ejerce un poder especial creador de influencias con las que trafica libremente en cualquier sector del grupo. Lleva y trae el germen informativo de un hecho, o muchos, y mercadea con ese algo impactante que aun produciendo temores tiene cabida en “las mejores familias”. Todos conocemos algún caso.

Para el chismoso no hay límites, no debe haberlos, su moral es antojadiza y veleidosa. Desatiende cualquier cosa para prestar oídos, y luego voces, a cada fruto del discurrir humano susceptible de manjarizarse en el menú de sus chismes. Por supuesto no todo merece tales privilegios. El chismoso desarrolla una peculiarísima sensibilidad *noticiosa* que le permite detectar la clave del acontecimiento en turno, ese perfil, ángulo o accidente que no todos perciben. Una idea, un gesto, un silencio basta para activar la capacidad de asociación del chismoso para que sobrevenga como en un *impase* creativo la relatoría reinterpretada de eventos que en otros términos a nadie importarían. El chismoso suele ser manipulador y tergiversador patológico, por eso su fantasía no tiene límites. Los hay por montones.

Un chisme no es monolítico o uniforme, participa de correlatos existenciales y cognoscitivos intrincados con afán de entrometerse en la realidad para inventar otra que, aún no correspondiendo con los hechos se vuelve creíble. Hay chismes de todo tipo, calidad y alcance. Chismes serios que llegan a poner en riesgo la vida, desestabilizan países, corroen las entrañas de empresas, casas e iglesias. Chismes de políticos, amas de casa, vecinos, amigos y hermanos. Chismes piadosos, cándidos, humorísticos y periodísticos. Chismes sexuales, envidiosos y perversos. Chismes para ayudar o perjudicar. Chismes para ganar o perder. Chismes para engañar y manipular. Chismes sobre los demás y sobre sí. Chismes colectivos y de autor. Entre otros.

Se practica el chisme incluso sin saberlo. Tiene comportamientos enredadísimos que hacen sospechar a cualquiera de lo que sea. El chisme empantana la realidad en un estado de conciencia que hace desconfiar hasta de la sombra. Salta como liebre detrás de arbustos insospechados y llega a tener filos que el bisturí más fino envidiaría. Siembra la zozobra, inquieta al sereno, tuerce al incorruptible y sedu-

ce al casto. Nada parece ser antídoto suficiente contra un *buen chisme*. Todos parecen estar dispuestos a aceptar, o por lo menos sospechar, cuando son víctimas o cómplices de un chisme. Llega a defenderse con la vida.

Hay chismosos que no hacen ruido y son peores sus efectos. Chismosos amateurs y profesionales. Chismosos con micrófono y con palestra. De farándula y *Wall Street*. De ricos y pobres. De la CIA al Pentágono. De Mezo América al “primer mundo”. Del Luna Park al Vaticano. Chismes accidentales o prefabricados, abiertos y con destinatario. ¿Quién da más? Llega a ser insoportable el fardo social que se crea por el manoseo indiscriminado y enfermizo de cierto tipo de chismes cuya vocación y diseño no coinciden con los intereses de los grupos. Lo saben algunos comunicólogos y publicistas que han hecho fortunas de todo orden. Muchas calumnias se han camuflado con la muy rentable estrategia de convertir en chisme algo que conviene no ventilar abiertamente. Se juega con la madurez de las sociedades y se insulta su inteligencia cuando se tira tanta cortina de humo para esconder detrás de un chisme o cadena de chismes, verdades que involucran el interés y bienestar común. Pero es práctica impune que, por una o muchas razones sospechosas, no ha sido desterrada. Porque vende mucho lo que sea.

Convivimos con el chisme voluntaria e involuntariamente. Se enraíza como hábito o tradición sectorizada y categorizada en nuestras formas comunicativas cotidianas. Llegamos a disfrutarlo, unas veces como espectadores y otras como protagonistas, porque suele *rescatarnos* del anonimato abrumador propio de culturas masificadas. Gozamos del chisme porque nos involucra con una sensación de presencia que nos *historiza*, así sea efímeramente, ya con un juicio, ya con una ayudita, ya con una complicidad. No es extraño que en cualquier momento estemos involucrados en la creación o propagación de un chisme al que le agregamos de “nuestra cosecha” algún condimento. Y entonces toma otro sabor de identidad que nos hace sentir importantes. Y entonces alguno de algún modo, con las habilidades más increíbles logra hacer de eso, también un chisme que, para cumplir su

destino, nos halaga o nos ofende. Pero siempre nos atrapa. De lo macro a lo micro-social, de lo colectivo a lo individual.

La comunicación contemporánea en el hábitat aporta fenómenos inéditos, así juega el cuarto de baño un papel peculiarísimo en la configuración de la comunicación y personalidad particular y colectiva de los *seres urbanos*. Un baño es, hoy por hoy, escenario de intimidades múltiples cuidadas celosamente porque permite con exclusividad despliegues conductuales tramados cuidadosamente entre lo individual y lo cultural.

### **g) Vorágine de la “comunicación**

#### **¿El último reducto de la intimidad?**

Vamos al baño solos. En él, por él y para él protagonizamos aquello para lo cual requerimos o exigimos *privacidad* absoluta. De la *exoneración del vientre*, al ludismo de lo cosmético, la mayoría de los humanos acude al baño por razones casi *litúrgicas* reconciliadoras con lo individual necesario. En el baño se opera esa *magia* sedante del distanciamiento momentáneo ante ciertos contextos. Descargamos pesos fisiológicos y también filosóficos, recomponemos el autoestima y lustramos el ego, reivindicamos lo higiénico medicinal y muy frecuentemente desdoblamos cualidades artísticas del canto al drama.

Vamos solos, acompañados por una síntesis cultural que por cotidiana perdemos de vista fácilmente. Vamos solos al foro histórico que la cultura urbana encontró, casi por accidente, entre arquetipos y este-reotipos; paradigmas y moralismos, éticas y estéticas antes no conocidos. Vamos solos a comunicarnos un cierto estado inmediato del vivir con sus necesidades.

Descubierto o inventado, virtualmente por casualidad, el cuarto de baño es en muchos sentidos hijo de un conflicto hidráulico. Para resolver el tránsito de un sistema de cañerías que pusiera cerca funciones que en otras épocas requerían del agua separadamente surgió, no sin evoluciones complicadas, la idea de crear el *water closet*. El siglo XIX vio proliferar la invención de artefactos y muebles revolucionarios de la intimidad que resolvieron esas *urgencias* del W.C.

finalmente integrado al espacio nuclear del hábitat y en plena explosión urbana de la modernidad. Durante mucho tiempo el baño ha servido también para *entronizar* a la modernidad.

Cada una de las funciones incorporadas al cuarto de baño tiene historias y anecdotarios independientes. El lavamanos que solía ser artículo casi exclusivo del dormitorio finca su desarrollo en hábitos relacionados principalmente con la cultura de lo cosmético. La regadera, ducha, tina y bidé, como todo lo relacionado con el lavado del cuerpo, posee relaciones importantísimas con tradiciones medicinales y/o terapéuticas. Por su parte “exonerar el vientre” tuvo casi siempre por locación espacios alejados de la casa, preferentemente traspatios o rincones pudorosamente marginados. Debajo de las camas solía haber recipientes cuyas denominaciones diseños y manejo pasaron por el repertorio más estrambótico de eufemismos; en todo caso cumplieron con simplificar algo que por distancia siempre fue incómodo. Todas estas actividades del cuerpo o relacionadas con él tuvieron y tienen historias que no son ajenas a torceduras maliciosas de la ideología dominante autora de un cierto divorcio entre el cuerpo y el alma. Las necesidades del cuerpo sus intimidades y desechos, signos de lo feo, lo sucio, lo callado y lo escondido suelen estar en contacto con esas partes de la anatomía acusadas históricamente de sucias, feas, vergonzantes y escondibles. Por si esto fuese poco, se acumuló además en el baño una lógica higienista fundada por ese funcionalismo *fundamentalista* y decimonónico de la standarización.

El baño también resultó reducto complejísimo por peligroso. La *sobredosis* cultural que quedó atrapada en el cuarto de baño convirtió a este espacio *inocente* en un lugar *amenazante* que propicia desahogos multimodales, desde lo más oculto del ser urbano incluido lo sexual y lo teatral. La desnudez que tantos y tan complicados fenómenos ha provocado a lo largo de la historia tiene en el cuarto de baño espacios liberadores que suelen no existir en otros lugares, incluido el dormitorio.

Exigir hoy, sobre la base de un ejercicio crítico de la cultura, el desarrollo de diseños mejores y más cercanos a la complejidad y necesidades humanas no es asunto de confort. Tiene que ver con la distri-

bución social de la riqueza, la democracia y el entendimiento honesto de lo humano. El cuarto de baño que cada cual tiene para uso personal o colectivo expresa cierto estado real de nuestra existencia, intimidad real y cultura. El baño nos retrata, delata nuestras limitaciones y restricciones, involucra a la historia toda, el cómo evoluciona y cuánto realmente somos sus autores todos.

Se pone en evidencia esa parte de lo que somos en lo íntimo expresado tarde o temprano en lo colectivo, ambos hoy urgidos de análisis, crítica y transformaciones en las que bien puede influir entender el papel del baño como medio de *comunicación*.

#### **h) ¿Qué comunica la cocina?**

También en las cocinas se prepara una comunicación específica, aparte, peculiar. *Atesoramos* en las cocinas poderes enigmáticos y seductores sobre el domino de la naturaleza. Las convertimos en *templos* particulares donde nos encontramos íntimamente protegidos. Reverenciamos esa materia portentosa que es, al mismo tiempo, dadora de vida y muerte. Diariamente, de una manera u otra, celebramos nuestra relación ancestral con el fuego. Le rendimos culto a una potencia natural extraordinaria que nos transforma incesantemente desde los primeros *contactos*.

Somos una comunidad de búsquedas cuyos *rituales* desarrollados incluyen en su semiótica la adoración del sol, la *purificación* espiritual con el fuego, los prodigios del calor y la transformación de los alimentos. El fuego nos seduce y aterroriza, nos beneficia y lacera. Es expresión de una totalidad *inentendible* cuyos orígenes y enigmas nos fascinan cotidianamente. Es desplante de poderes majestuosos que nos arroban, gratifican y *abrazan*. Es acto y potencia de comunicación individual y colectiva.

Metimos el fuego a nuestras casas para darles eje. Punto concéntrico y excéntrico desde donde crece lo individual y lo colectivo. Un hogar al centro de la casa reproduce el comportamiento del cosmos. El fuego al centro irradia con calor, luz y prodigalidades diversas, nuestra realidad mediata e inmediata. Nos protege, nutre, cobija y

tranquiliza. Por el fuego evolucionan relaciones típicas y arquetípicas, nos expandimos confiados en que todas las alianzas fueguinas bendicen, iluminan y depuran los caminos. Trajimos el fuego a las casas para compartir la magia de sus poderes y rehacernos cíclicamente como lo hacen los días, las noches y todas las formas vivientes de todos los reinos.

En las cocinas tenemos templos de comunicación caseros que nos re-ligan dinámicamente con las fuentes primordiales de la vida, sus avatares y designios. Vivimos y sobrevivimos el fluir de los tiempos actualizando, permanentemente, nuestras relaciones físicas o metafísicas con el fuego y potenciando todas las búsquedas conscientes e inconscientes de las verdades profundas. Con la evolución de todas las inteligencias y ciencias evolucionó también nuestra relación con el fuego. Logramos poseerlo y domesticarlo hasta los extremos más inimaginados.

Las cocinas rearticulan y sintetizan todos los diálogos que la humanidad ha sostenido con el fuego, las interrogaciones o las afirmaciones. Son depositarias de saberes añejos que contienen las claves evolutivas del cuerpo y del espíritu. A las cocinas acudimos en busca de la materia primaria que es capaz de transformar lo que comemos y lo que poseemos. Instauramos con ellas tratos respetuosos a sabiendas de que cualquier descuido puede significar percances indomables. Es que nuestra relación con el fuego es una relación de orden divino, irreducible a los funcionalismos y miserias impresas en ciertos diseños contemporáneos. A las cocinas entregamos el fruto de las luchas cotidianas y de las cocinas retiramos reverencialmente las ofrendas que sellan ciclos inalterables para la vida.

Las cocinas nos redimen y purifican. Ponen a prueba nuestra vocación de entrega con desafíos creativos que entre artes y beneficios significan riesgo. En las cocinas se oficia permanentemente una liturgia de pan y sal, de bonanzas y asechanzas, de bondades o calamidades. Se vierten y revierten las peripecias inconmensurables de nuestras ritualidades para salir airosos, siempre potenciados y vivificados por haber tenido contactos nuevos con el fuego.

Todos los abusos prepotentes que la humanidad ha cometido con el fuego han derivado en trances costosísimos. La pérdida de respeto por el fuego se paga a precios inequívocos. Del cuerpo al alma. De la casa a las ciudades o bosques. Ardió Troya como arden los futuros.

En las cocinas se objetualizan las verdades socioeconómicas y políticas. Delatan el estado actual de los haberes y los deberes, del estado de comunión y comunicación social. En abundancia o en carencia, nuestras vidas pasan por el fuego todas sus vicisitudes para resolver, en lo inmediato, las urgencias permanentes. En las cocinas se socializa distinto el ánimo o entusiasmo fundamental. Con su magia las cocinas responden a la magia de nuestra cultura hasta el límite de hechos y derechos importantísimos aunque nos parezcan invisibles. El alma reproduce en las cocinas una danza del fuego extraordinaria que tiene caracteres invocatorios y promisorios muy particulares. Danza ritual con movimientos precisos, gestos, voces, sonidos y énfasis matizados con colores, aromas, remembranzas o meditaciones cuya ética y estética definen siempre un modo individual de la existencia. Danza también de alquimias diversificadas al calor de juegos combinatorios inagotables que son terminales e inicio de saberes en evolución permanente.

Entre el hogar primitivo de cuevas o chozas y el hogar seccionado del hábitat contemporáneo, media un puente de inteligencias portentosas aportadas por hombres y mujeres infatigablemente fascinados por la gracia fastuosa del fuego. En la cocina está ese templo conmovedor y nutricional. Ese nicho estrambótico y práctico que se roba el fuego para obsequiárselo a la humanidad como materia escalofriante, inentendible y amenazante.

Todos los *juguetes* fueguinos que hemos inventado, tienen un poco de *divinidad* portátil, prometética, (encendedores, antorchas, fósforos o cocinas), son retratos de nuestra magia empeñada en someter a la naturaleza. Son artificios microcósmicos que nos dan resultados muy diversos para beneficio o perjuicio. Creamos campos de experimentación donde la prenda buscada somos nosotros mismos y donde el fuego ha iluminado las rutas. Por eso le rendimos culto. Por eso le ofrecemos *liturgias* diarias. Por eso le construimos *templos* muy cer-

canos a nuestro discurrir cotidiano desde donde es posible testimoniar nuestra fe y carácter mágico, absortos por su misterio reconciliador. Y por eso atesoramos en las cocinas-templos el fruto enigmático, fuente indispensable, vertedero primordial, donde cocinamos el pasado, presente y futuro... a fuego lento. Como el trabajo y como la comunicación toda.

### **i) El lugar del teléfono**

Por otra parte, también transformó la idea de comunicación, su filosofía y sentido en la relación con el trabajo, el hacer que las voces recorran distancias diversas sin que se mueva el cuerpo, es decir, *actualizar* la presencia de dos o más interlocutores sin que requieran desplazarse. Prodigio extravagante que conmocionó para siempre nuestras concepciones culturales sobre el tiempo y el espacio. La invención del teléfono representó y representa una de las ensoñaciones humanas ancestrales. Cumple con trasladar a distancia algo de nosotros, sin movernos, y expande la ubicuidad con los *artilugios* de una máquina multiplicadora de la información, sin fragmentarnos.

Hablar por teléfono es un *ritual* contemporáneo al que nos acostumbramos lentamente luego de idear sistemas culturales específicos para formas de relación interpersonal inéditas. No fue sencillo. El desarrollo y cobertura que las redes telefónicas adquirieron, no omite en su historia los sobresaltos o sustos que más de uno pasó ante el hecho pasmoso de tener “en la mano” la voz de alguien a quien no se veía y se sabía lejos. Hoy parece *chistoso* lo que en algún momento llegó a ser *satánico*.

Todas las aportaciones “progresistas” atribuidas al teléfono, y su función fetichista como artefacto paradigmático de la modernidad, susciben cierta urgencia por despejarlo de cualquier relación arquetípica que pudiera limitar su crecimiento comercial. Para nuestras generaciones jóvenes resulta inadmisibles conocer o entender la cantidad de celos o miedos que el teléfono trajo consigo, es decir, entender el peso de una transición cultural que hoy, virtualmente, a nadie asombra. Pero el teléfono asustó a mucha gente que se rehusó

a incorporarlo a su vida cotidiana por razones de costo y sospechas esotéricas.

Como vehículo de las palabras, es decir, como máquina transmisora de información, el teléfono insertó rápidamente usos y hábitos de interlocución inauguradores de formas expresivas antes desconocidas. Una extraña sensación *despersonalizante*, similar a la que se produce al hablar con las máquinas contestadoras, impuso modalidades al hablante y al escucha, que en sus intercambios comunicativos debían articular recomposiciones mentales sobre el lugar, modo y circunstancia del diálogo. Disociación de la imaginación en muchos sentidos evolucionada hasta lo *inimaginado* porque el teléfono, muy pronto, permitió comportamientos y movimientos no restringidos al lugar donde se instala cada aparato.

Vehículo de palabras y pensamientos que, a lomos de una historia particular, ha ofrecido las soluciones más impresionantes al apetito-necesidad social de mantenernos “en contacto”, estacional o *celularmente*. Forma igualmente del intercambio que no necesariamente implica comunicación.

Magia de la inteligencia que lleva y trae el poder de la palabra para crear enlaces y concatenaciones cotidianas sustentadas en intercambios léxicos intensamente asociados a la imagen de quien llama, de quien contesta, de su entorno y circunstancias. Todo con invocar una clave *numerológica* particularizada.

En un teléfono cabe la historia de la humanidad, caben sus aspiraciones y ensoñaciones porque se actualizan y potencian al calor de hechos cuyo enigma, sea científico, estético o mítico, vivifica (aunque no siempre verifica) la cultura en lo que más tiene de esencial: la comunicación. Los teléfonos soportan por eso mucho de lo que configuran las interrelaciones humanas vigentes, les da signo de época y las diversifica en sus límites ciegos.

Todas las interlocuciones telefónicas tienen algo de fe. Confiados en la memoria acústica, creemos imaginalmente en que ése al otro lado de la línea telefónica es verdaderamente quien esperamos. Hablamos por teléfono lo más importante y lo más intrascendente. Hablamos deprisa o calmos, enamorados, negociadores, eficientes,

banales, coquetos, solemnes o trágicos. Todos los géneros o estilos pasan por el teléfono. Hablamos con desplantes escénicos, ejecutivos, secretariales, presidenciales, juvenil-adolescentes, maduro-inquisitivo o bobalicón-inseguros más todas las combinaciones aprendidas o imitadas. Hubo incluso un estilo Humprey Bogart para llamar por teléfono.

En los teléfonos se instauran también los estereotipos masificados significantes del poder. Quien tiene muchos teléfonos en su oficina o casa, se inviste con la *gracia* tecnificada de un status multicomunicacional reservado para privilegiados. Lucha de clases expresada invisiblemente con la imagen de la comunicación y sus mitos modernos. Desde James Bond hasta los teléfonos exclusivos, ínterpresidenciales, se vehiculan voces e instrucciones que mueven destinos particulares y/o colectivos.

A través del teléfono pasan muchos más discursos que los del usuario. La voz se desarma y reestructura incesantemente en las bocinas, micrófonos y audífonos del teléfono. Una transmutación constante del impulso electromagnético vive en el cerebro al golpe de viento mecánico-sonoro de la garganta, el paladar, la lengua y los labios. Entra a una conversión electromagnética de otro tipo en los circuitos del sistema telefónico y se rearma en sonidos que serán decodificados, luego de pasar por el oído receptor, para convertirse en repuesta que cursará fenómenos idénticos. A todas horas, sin importar las distancias, climas u horarios. Dominio majestuoso de las condiciones para que reine sobre todas las limitantes esa vocación humana por tener *cerca* la palabra.

*Magia* cotidiana que hace efectivas las búsquedas del espíritu atrapado por la lógica de la rentabilidad que da al teléfono su vestido monopólico y hegemónico en el espectro de las empresas para la *comunicación* moderna. *Magia* de fetiche donde las comunicaciones con el *más allá* que está aquí, en la tierra como en el cielo, por obra y gracia de todas esas ciencias, abiertas u ocultas, que hicieron posible la invención del teléfono. *Magia* de palabras y palabras *mágicas* con que nos acercamos a los otros, sin ir y sin que vengan, desde la ducha, el dormitorio, la oficina o la calle. *Magia* de ciencia y tecno-

logía también secuestradas por el capitalismo para beneficiarse con la paradoja de des-comunicar con lo que debería comunicarnos. Ponernos en común.

*Magia* y fetiche de lenguajes invisibles donde vemos nuevamente la fe en una intimidad que nos hace hablar al oído, casi en secreto, lo que no podríamos decir ni con miles de altavoces. *Magia* de saber que conjura hechiceramente con fetiches tecnológicos todos los trances contemporáneos con el tiempo y el espacio, que son distintos para siempre, desde el advenimiento-aporte de Antonio Meucci y Graham Bell. *Magia* eléctrica, mecánica, numérica, portátil e interoceánica que sintetiza y simplifica entre un rumor majestuoso de lenguas y lenguajes, de ayer y siempre, el sueño ancestral de la humanidad por oír, seducida, voces lejanas.

#### **j) Comunicación de arriba a abajo**

Pensar la vida de los edificios y sus complejidades comunicacionales hace pensar que no hay sistema de comunicación *colectivo-privado* más extraordinariamente bizarro que el de los ascensores. Tienen el encanto de una complejidad formal y conceptual que pone en práctica permanente nuestra capacidad para sintetizar todos los saberes. Física, ingeniería, arquitectura, Ciencias de la Comunicación, mecánica, poleas y pensamiento mágico entre otros muchos. Saberes fundamentales para el desarrollo de la humanidad que reordenados, jerarquizados y aplicados para resolver nuestras necesidades culturales contemporáneas se han metido a la cotidianeidad como *potencias invisibles* que nos han hecho subir mucho. Son efectivamente máquinas del tiempo y el espacio. Cajas móviles que nos transportan de una realidad a otra en un abrir y cerrar de puertas. Como en los sueños.

Subimos o bajamos en los ascensores, frecuentemente tocados por un vértigo físico y cultural que nos arroba con la magnificencia del conocimiento humano. Se ha hecho posible el prodigio de ahorrar esfuerzos mientras nos empeñamos en llegar más alto. Hay una frontera muy sutil entre la evolución de los ascensores y el desarrollo de la construcción. Uno y otro se prestan favores y se muerden la cola hasta

el punto en que ya no sabemos si se erigen edificios cada vez más altos gracias a los ascensores o si los ascensores son posibles gracias a la edificación de *cuerpos* cada día mayores. Huevo y gallina urbanos.

En cada ascensor cabe mucho más que el grupo de personas para el que fue diseñado. Cabe la historia psicológica de la humanidad entera y cabe tangiblemente un repertorio de fantasías, imaginaciones o fascinaciones propias de una voluntad incansable entregada al encuentro de soluciones prácticas a los dilemas del vivir moderno. Todos los componentes conceptuales o formales de un ascensor son extensiones de nuestra naturaleza. Expanden y profundizan esa relación entre las necesidades y los satisfactores para que podamos, cotidianamente, escalar los espacios dispuestos para actividades muy diversas. Un ascensor lleva y trae, con su capacidad de moverse en el vacío, ese hueco peculiar que se llena, piso a piso, con respuestas materiales e inmateriales.

Entramos a los ascensores confiados en que su funcionalidad hace posible la transferencia de nuestros cuerpos entre un territorio y otro, subimos o bajamos entregados totalmente a un acontecimiento donde no sólo cambiará el espacio y el tiempo. Cambiarán ánimos, expectativas, actividades y creatividades de entrada o salida.

Son tantas las resoluciones y los usos complementarios o sucedáneos que hemos desarrollado en la cultura de los ascensores que se ha instaurado una relación de dependencia multivalente. Hay edificios en los que la descompostura o carencia de ascensores puede adquirir matices dramáticos. Por lo rutinario o por lo accidental el ascensor que abre sus puertas ante nosotros atesora lo indiscutiblemente más valioso para cualquier individuo. Está en juego la integridad personal y ocasionalmente la emocional. Y, sin embargo, domina una especie de fe ritual que controla y contiene al mismo tiempo nuestra relación permanente con los ascensores. Desde afuera o desde dentro la experiencia de transportarnos en ascensores se condiciona por los lenguajes materiales o conceptuales con que el hueco nos discursa. Desplegamos mayor o menor confianza en ellos muy en relación con las formas, brillos, movimientos y velocidades que cada cual, según su edad o diseño, es capaz de ofrecer. Fe que, tarde o temprano, así-

milamos como norma e integramos incuestionablemente a un sistema de relación espacial, objetual y temporal muy particular de nuestro ser con el ascensor.

Por eso la cultura del ascensor, en sus lenguajes peculiarísimos, desarrolla permanentemente una estética futurista que da vueltas sobre los mismos valores funcionales sin atreverse a explorar, salvo en casos excepcionales, soluciones creativas que estimulen la experiencia del ascensor. Los casos de ascensores panorámicos construidos al exterior de algunos edificios son pistas interesantísimas sobre el juego creativo promisoriamente implícito.

Hay ascensores que son obras de arte extraordinarias. Encajes de metal tejido magníficamente como abrigo y amparo para el vértigo sobre el vacío. Nos abrazan y guardan con la garantía ancestral del metal que nos hace sentir fortaleza y seguridad. Pero hay también cajas asfixiantes cuya pobreza y mediocridad invocan casi exclusivamente todo lo que de más inseguro hay en nuestra experiencia total. Hay ascensores ultramodernos, tecnificados con el espíritu de las vanguardias electrónico computacionales. Ascensores sobrios, elegantes y protectores. Ascensores con espejos, ascensores brillantes, opacos, pintados, tapizados o decorados. Son, por sí mismos, salas diminutas de exhibición móvil donde las piezas más preciadas, en muestra permanente, somos nosotros mismos. Lucha de clases en los ascensores.

De la literatura a la cinematografía la cultura del ascensor ha recorrido y aportado soluciones dramáticas de índole diversa. Son ya auténticos paradigmas del vivir urbano y quedaron virtualmente inscritos para siempre en la historia de las comunicaciones estético-fantásticas de nuestro pensar contemporáneo. Se les ha pensado como escenarios del amor, de la tragedia, de las calamidades modernas más aberrantes, del crimen, la soledad, la degradación, el terror, al lado del progreso, el status y la revolución tecnológico-científica más avanzada. Hay historias de la ficción o de la realidad que dependen casi íntegramente de lo ocurrido en un ascensor. Es que los ascensores transportan mucho más que cuerpos.

Ese carácter de comunicación *colectivo-privado*, que recorre pertinazmente las columnas vertebrales de los edificios, es síntesis en

movimiento de todo cuanto sabemos e ideamos para resolver necesidades en simultáneo expansivas de nuestro ser y modo de ser. Es la experiencia funcional que con sus expresiones se torna objeto vívido del sueño. Respuesta permanente de la humanidad por sus interrogantes sobre el vacío que nos despegan de la tierra. A bordo de un ascensor se reproduce en nosotros la antigua ilusión de viajar en una máquina del tiempo-espacio capaz de comunicarnos con nuestro destino con sólo apretar unos botones.

### **k) Cultura de la mentira: una plaga de *noticieros***

Una plaga de *noticieros* asesina a la verdad en público. ¿Alguien ha visto a John Reed?

De Norte a Sur, de Este a Oeste, antes de dormir y al amanecer arrecia la alienación informativa de los *noticieros* burgueses. CNN a toda hora, por ejemplo. ¿Es una casualidad? Dicen ser “periodistas”, “comunicólogos” esos lebreles entrenados para recoger la presa “informativa”, entrenados para *traducirlo* todo al lenguaje de sus *amos*, entrenados incluso en universidades y claustros de alta alienación para ahogar la verdad en saliva mercenaria que exhibe, aunque no lo quiera pero con cinismo triunfal, la médula ideológica de un muerto que deambula en las campañas de la historia: el capitalismo mismo. Eso sí, un muerto farandulero adornado con escándalos, corrupción y oscuridad luminosa, como las pantallas de la tele. ¿Dónde está John Reed a estas horas?

Ese show de la impunidad impúdica financiada por la alienación *pedagógica* de los *noticieros* quiere *educarnos* para que vivamos asustados y desesperanzados en un mundo imposible de transformar. Quieren que vayamos a dormir infestados de angustia, infelicidad, miedo; quieren que no pase por nuestra cabeza y sueños, otra cosa que esa “verdad” transmitida en “vivo y en directo” desde “el lugar de los hechos”; quieren que anide en nuestra inteligencia y corazón esa “realidad” que tiene por respiro único el *reino feliz* de la publicidad. Ese reino terso, jovial y todopoderoso donde vive un dios degenerado que devora el producto del trabajo. Todo lo que no pertenece

a ese reino es “feo”, peligroso... hay que resignarse. Noticias para estar “actualizado”.

Y no faltan los “profes” que en algunas universidades *enseñan* a sus *discípulos* la premisa mayor de cierto periodismo, su piedra filosofal: no pensar (es decir, no pensar libremente), les dicen. Es peligroso <sup>3</sup>, queda mal, hay que ser “objetivos”, criticar es “setentista”, no lo miran con buenos ojos los dueños del medio, los patrones, los que pagan, los que pueden impulsarte si te vuelves dócil, servil, funcional, útil, pues, a la causa originaria que consiste en dejarte explotar, hacerte cómplice de tu propia indignidad para que ellos cobren más caro, acumulen influencias, poder...ganen más, para siempre. Los muchachos incluso pagan (colegiaturas, humillaciones, extorsiones y pleitesías nada baratas) para que les *eduquen* así. Información exclusiva de última hora: en los pasillos de ciertas universidades deambulan estudiantes victimados por *educadores* cuya integridad ética no aprueba los exámenes más laxos. Alguien haga algo, no lo celebren. A diestra y siniestra se embauca a los estudiantes con el sueño peregrino de volverlos “periodistas” o “comunicadores” famosos sólo por que se sientan ante una cámara a leer “las noticias más importantes hasta el momento”. Algunos ensayan en las aulas y más allá también. Negocio redondo.

Mientras tanto, el “mercado” de las noticias compra y vende la nota más “espectacular”, lo que reúna al menos tres condiciones del show bussines: 1. que parezca *verdad* y esconda lo real 2. que demuestre la impotencia de todos aquellos que no sean fuerza viva del *stablishment*. 3. que genere *rating*. Y, a últimas fechas, será noticia de “primera plana” todo lo que contribuya a criminalizar la lucha obrera, campesina, de movimientos sociales, etcétera, que simplemente no resista más la podredumbre cínica que les destroza la vida... minuto a minuto y “en el lugar de los hechos”. Será *famoso* aquel que mejor criminalice al enemigo de clase. Quien más lo ensucie, difame, tergiversar, deforme y diluya. No importa que bajeza haya que usar: chistes vulgares, testigos falsos, jueces corruptos, políticos prostituidos, clérigos en desgracia... “líderes de opinión” bien dispuestos a bajarse los pantalones para cobrar fama y dinero porque sus fines justifican a sus noticieros. Y se les paga bien, es decir, mucho. No a todos.

No es noticia, en los medios burgueses, la explotación, incluso la de sus “comunicólogos”; no es noticia el triunfo de las luchas sociales que se libran también en el corazón de muchos monopolios de la información. No es noticia la revolución, no es noticia el avance de la conciencia ni la experiencia organizativa de quienes quieren transformar al mundo... cambiar la vida. Son, eso sí, materia para noticia *evangélica*, los huracanes, terremotos, sequías... que suelen ser presentadas como “malignidades” que “castigan” y como suelen “castigar” más a los pobres acaba siendo oportunidad moralizante para advertir, apocalípticamente, que no se debe ser “pecadores”, “desobedientes”, indóciles o subversivos. El escenario de la producción *informativa*, escenario de una lucha semántica, sintáctica y pragmática, es también escenario de la lucha de clases. No se le puede ocultar ni con noticias leídas mientras se encueran <sup>4</sup> (no es una metáfora), los *periodistas*. ¿Es ese el colmo?

Efectivamente, la industria fabricante de espejismos noticiosos comete un asesinato diario, y en público, que es un asesinato cultural: la muerte de la verdad. Ante las miradas atónitas de la población, los niños, los adolescentes, los adultos, hombres y mujeres. Y lo convirtieron en negocio. *Lindos* muchachos, científicos de la “información”, “profesionales” de la noticia, “salvaviduas” de los hechos... sepultureros de la verdad. Y rondan impunemente en Venezuela, donde quedaron insatisfechos y derrotados los vampiros mediáticos, con una estaca popular en el pecho de sus negocios más oscuros que un día soñaron asesinar un proyecto revolucionario letra por letra y les falló. Rondan en México los buitres que se saborean los festines electorales, que babea tras los antecedentes de las “celebridades” (porque esconderlos, maquillarlos, también es negocio para “comunicadores”). Rondan los mismos vividores en Argentina, Chile, Perú... incluso, algunos, se hacen presidentes. Rondan y ennegrecen detrás de jugos, caldos, sangre “informativa” para mantener la “atención” de ese público al que imaginan postergado para siempre, idiota crónico o idólatra consuetudinario, derrotado para siempre mientras, claro, compre y compre diarios, *noticieros*, *informativos* con “candente actualidad”. Dicen.

Mentir sobre los hechos, desfaltarlos, someterlos a intereses de facciones mercantiles o políticas (que suelen ser lo mismo) es un *delito* contra la humanidad. La moral burguesa consagrada en la ONU y que manipula a su antojo la Declaración Universal de los Derechos Humanos; la moral burguesa que esconde la inspiración originaria antifascista y anti-imperialista de la ONU misma, se llena la boca una y otra vez con la defensa de la “libertad de expresión” pero sólo para ellos. Libertad de expresión que en el discurso burgués significa libertad de mercado noticioso, incluso, para inventar el mundo que a ellos mejor les acomoda a la hora de explotar y alienar a masas enormes de trabajadores. Delito de alta traición que se aprovecha de la inocencia y la ignorancia de pueblos lacerados por la miseria educativa y cultural. Delito de robo agravado por la propiedad privada de los medios para la información colectiva. Delito de secuestro que toma por rehén sociedades que no tienen posibilidad concreta de elegir alternativas ni de luchar contra la hegemonía de los monopolios mercantiles de la información. Delito de usurpación de funciones asumiéndose como voceros de una sociedad que jamás los ha elegido para tales fines. Delito de suplantación de personalidad jurídica y política al asumirse como “cuarto poder”... poder de facto al que nadie parece querer controlar porque “se viola la libertad de expresión” de las empresas *mass media* mientras, a cambio, si se viola y con cinismo la libertad de información de los pueblos. Asesinato, pues, impune y a la vista de todos. Asesinato en la plaza pública.

Esa industria de la alienación, basada en producir *raiting* con noticias faradulizadas, que se apropia la *materia prima* de los “hechos”, pretende consolidarse escuela mundial de lealtades y sumisión con el capitalismo que al mismo tiempo ha sabido convertir, para colmo, en “noticia” la traición, la represión y la brutalidad contra las luchas sociales más avanzadas. Ese acopio de experiencias represivas que ciertos “profesionales de la información” ejecutan también, tan bien, desde las pantallas y las páginas, fue formado progresivamente como industria y máquina de guerra ideológica, cuya función es mantener incluso en la familia, las oficinas, las iglesias y las escuelas como

“células” de reproducción ideológica del autoritarismo, el capitalismo y el imperialismo.

Familia y escuela sumisos para fabricar individuos sumisos que ven noticias de manera sumisa. Transmisión de noticias de la clase dominante a sociedades acostumbradas a la explotación; a la esencia ideológica burguesa convertida en “lo más natural”; lo que se transmite ciegamente, a-críticamente, culturalmente; como lo único que hay, como la finalidad de todo humano, de la historia. El fin pues. Noticieros *sacerdote*, noticieros *maestro*, *padre*, *madre*... amos que dirigen la adaptación tatuada en el cerebro para vigilar, controlar mientras “la autoridad” *informativa* de la clase dominante, ejerce sus funciones de gendarme dentro de cada sujeto, reprimiendo o dirigiendo conductas y pensamientos.

Las noticias burguesas, producidas industrialmente, contribuyen a la acumulación del capital y al aseguramiento de capital ideológico que se ha inoculado en la clase trabajadora como estrategia para dirigir voluntades a distancia y permanentemente, como garantía de dependencia espiritual o fidelidad, de los propios trabajadores, a un sistema económico, cultural, político al que le entregan, contradictoriamente, su trabajo, riqueza, salud e integridad emocional. Victimado, alienado por la descarga descomunal de *información* manipulada por los noticieros el trabajador que mira noticias de manera a-crítica contribuye, sin quererlo, a su alienación y no sólo.

Por esto es invaluable el trabajo informativo producido por los movimientos sociales de base, algunos colectivos de comunicación comprometidos con la verdad y todos esos periodistas que, organizados o independientemente, son fuerza, inspiración y base para una disciplina sustancial que consiste en presentar y comunicar (poner en común) los hechos con honradez movilizante para transformación de la realidad. Presentar la verdad de los hechos pero no esa “verdad” fabricada aisladamente sino la verdad que es producto de una intervención colectiva. He ahí la fuerza de comunicación desde abajo que, por ejemplo, en Venezuela, derrotó y derrota los delirios dictatoriales de las oligarquías. He ahí la fuerza movilizante de documentalistas, reporteros, informadores sociales, trabajadores de la comunicación

que, desde frentes diversos, producen herramientas de organización indispensables a la hora de identificar a los sujetos sociales en lucha sus definiciones, carácter e intereses. Trabajo de comunicación que incluye a artistas, pensadores, inventores no complacientes con lo que se vive y en búsqueda de un mundo mejor, sin capitalismo y de todos. La lista ahora, por suerte, crece permanentemente. Pero falta mucho.

Falta organización y falta capacidad de suma aunque, desde luego, hay voluntades magníficas con experiencias puntales. Falta esa organización que ponga puntos sólidos de coincidencia y avance de inmediato hacia la defensa de los mejores logros en las luchas sociales. Falta organización que ponga en común las tareas de comunicación, sin autoritarismos ni absolutismos, sin aristocracia y sin burocracia. Organización con base social y revolucionaria donde se construyan acuerdos y se sumen las fuerzas, que son muchas, que las hay pero dispersas, que no tienen diferencias sustanciales y pueden tener coincidencias fundamentales. Desde Chiapas hasta Johannesburgo, desde Caracas hasta Pakistán, de un lado a otro están ahí los compañeros que producen páginas de Internet, documentales, intervenciones callejeras, periódicos impresos, programas radiofónicos, televisoras barriales, correos electrónicos... miles y miles de voluntades que ya están en marcha, que saben bien, y bien que saben, lo que hay que hacer, debatiéndose, no pocas veces en solitario, sobre cómo sostenerse y como ensanchar y profundizar sus luchas y sueños. Paradójica y acaso patéticamente, muchos piensan, hacen y sueñan cosas muy similares. Acaso el peor enemigo de esa fuerza sea la atomización *ultra* que bien puede ser hermana de la intolerancia y el sectarismo. Veneno puro donde florece muy linda la explotación y la impunidad. ¿Qué nos falta para trabar tareas de comunicación creativas y poderosas unidas contra la miseria que nos ahoga? Si los explotados somos mayoría. ¿Qué nos falta para caminar juntos aun con nuestros debates, qué nos falta para derrotar al circo de mentiras “informativas”, y a sus patrocinadores, que no son otra cosa más que barbarie cultural desatada en la ruta de la destrucción de toda fuerza productiva, fuerza creativa, fuerza comunicativa... la fuerza nuestra que, pese a todo, ignoramos tanto? ¿Qué nos falta, a caso comunicación? ¿Alguien vio a John Reed?

## l) Medusa de Narciso Cíclope

¿Dónde ponemos la tele?<sup>5</sup>

*“...nada nuevo puede construirse de cero: para bien o para mal, uno cuenta con el Trabajo, los aciertos y los errores legados por las generaciones anteriores. Frente a los horrores que esa herencia también incluye, siempre existe la tentación de tirar todo por la borda. Pero si es así, ¿con qué “ladrillos”, usando las palabras de Lenin, se levantará una nueva construcción? De lo que se trata entonces es de tomarlos, actualizarlos, o criticarlos despiadadamente; lo que nunca puede hacerse es ignorarlos”.*<sup>6</sup>

### m) Labios de luz

Un buen día, ayudados también por la televisión, hablaremos libremente. Se sumará la T.V. a la liberación de los mares creadores y propagará con sus rayos la libertad, la organización de las rebeldías, el derecho a la felicidad sin peajes, el sentido del humor inteligente y redentor... ayudará con sus fulgores cotidianos a pasar de esta edad *jeroglífica* de los lenguajes a la edad de la revolución simbólica desalienada. Hablaremos con sus labios de luz.

Por ahora, la mayoría de los usos, definiciones y tipologías de la televisión pecan de insatisfactorias porque no representan, o representan mal, sus riquezas verdaderas. Es un desperdicio enorme, obra acaso también de la alienación, que impide crear conciencia sobre las maravillas y magnificencias de la televisión que deberían pertenecernos a todos, objetiva y concretamente. Se la cubre con un velo de ornamento *recreativo* y pueril que no deja ver lo importante de una televisión emancipada.

Televisión no es lo mismo que Televisoras. La televisión no es un dios etéreo y asexuado que hace por sí mismo cosas “malas” o “buenas” desde un espacio extraterrestre y fatal. Es el conjunto concreto de medios, modos y relaciones para la producción, transmisión y recepción de mensajes que, en imágenes y sonidos, *recorren* cierta distancia. Hablamos, al menos, de dos conceptos inseparables que se confunden y nos confunden. Una cosa es la Televisión como tecnología para la emisión y recepción de imágenes y sonidos y otra son las

Televisoras, productoras y transmisoras de esas imágenes y sonidos. Las maravillas de la Televisión no tienen relación con el nada maravilloso desempeño de las televisoras. No todas.

Hay que entender por Televisión la tecnología, los medios y lenguajes desarrollados por generaciones de trabajadores que, alienados o no, alcanzaron logros no sólo materiales, en los instrumentos, la maquinaria, los edificios, los imaginarios... y esa parte, quizás la mejor, que puede elevar la conciencia humana, los métodos, costumbres, las habilidades adquiridas y desarrolladas a partir de la cultura material preexistente. En sí misma la televisión es una conquista técnico-cultural colosal para la humanidad que en muy poco tiempo ha contribuido a perpetuar la cultura clasista y convirtió, contradictoriamente, la producción televisiva en una expresión brutal de atraso.

En oposición a los desplantes anárquicos, reformistas, burocráticos... basados en cualquier satanización para descalificar o destruir a la televisión con generalizaciones del “sentido común”, lo necesario hoy es una distinción correcta entre la televisión, como herramienta tecnológica, magnífica y poderosa, y el uso que de ella hacen las televisoras mercantiles. Distinguir, en un escenario de clases, el rol de las empresas televisoras como armas rentables de guerra ideológica, que de hecho se han *apropiado* la televisión, es decir la han secuestrado.

Aceleradamente, han monopolizado los aparatos receptores de televisión, las estaciones de transmisión con sus “frecuencias” asignadas y las productoras televisivas, para administrar en cantidad y calidad una violencia *sui géneris* propia de una crisis de sobreproducción<sup>7</sup> generalizada. Las televisoras, con la televisión como ariete, superan, en muchos aspectos, la capacidad de infiltración que han tenido otros medios. Se trata de una invención que transformó la cultura con una rapidez fulminante. Hoy forma parte de la vida cotidiana. Ofrece satisfacciones estéticas plenas de impresiones que pesan grandemente sobre las conciencias. Posee recursos cautivantes que compiten con otras muchas formas de atracción o seducción. Es ubicua, ocupa tiempos y lugares que otros medios no ocupan, divierte, sorprende, potencia la imaginación, *educa*, somete. Es un instrumento que debe ser liberado, a toda costa.

La televisión, su origen y uso, es producto del ascenso del conocimiento que interviene con formas y contenidos propios de sus relaciones materiales, de clase y de sus reflejos ideológicos. Esto significa para muchos, que la televisión no dimana otro potencial que su prostitución. Y aunque aquello que ha sido conquistado, creado, construido por el trabajo humano debería servir para su emancipación permanente, la televisión, se ha convertido en uno de los instrumentos de opresión que sigue determinados métodos de alienación.

Sin embargo, la televisión, en tanto actualización de la inteligencia, es una conquista de la humanidad, y aunque hasta el momento haya servido como instrumento de alienación, deberá servir para la emancipación de los explotados. Hay para esta televisión nuevas tareas urgentes. Contra lo que la amordaza y abate en la vorágine simbólica decadente, en la reyerta de las vulgaridades, el despojo y la obscenidad. Contra la desinformación, la ignorancia, el intermediarismo, la prostitución, el alcoholismo, la narco-dependencia y el machismo. Contra los racismos, autoritarismos, paternalismos y familiarismos. Contra el dogmatismo, la charlatanería y la demagogia. Contra la represión, la violencia, las guerras. Contra la censura, la explotación, la doble moral, la hipocresía, la traición y la vulgaridad. Contra la depresión, la atomización, el desánimo, la infelicidad

Televisión liberada con cabellera de luz y relámpagos de golondrina. Pizarra de vidrio ubicua, garganta torrencial, majestuosa y turgente. Pizarra de espectros y alma de pájaro. Voz de lustros imantados, liberada de los caprichos de la barbarie y la vanidad de los verbos mercenarios.

## **n) La televisión como infiltrado**

*La televisión ha hecho maravillas por mi cultura. En cuanto alguien enciende la televisión, voy a la biblioteca y leo un buen libro. Groucho Marx*

Igual que Frankenstein, la televisión es ensamblaje de partes tomadas del cuerpo de conocimientos que desarrolló la sociedad capitalista, la lucha de clases y la lucha entre imaginarios. Alcanzó

su madurez mercantil después de la Primera Guerra Mundial. Como caballo de Troya cargado de *entretenimiento* los televisores desplazaron a las radios y entronizaron su *programación*, aceleradamente. Se multiplicaron las estaciones transmisoras y los centros de producción. Algunos historiadores sostienen que las emisiones con producciones organizadas, según horarios y hábitos de receptor, nacieron en Inglaterra en 1936 y en USA (con interrupciones posteriores por la segunda guerra Mundial) el 30 de abril de 1939 acompañando la Exposición Universal de Nueva York<sup>8</sup>. Hace apenas 66 años.

Esta historia de la televisión y las televisoras, que asimiló pronto el modo fordista de producción y transmisión, es también la historia de una táctica masiva de infiltración mercantil y cultural. Fue imperativo para la industria fabricar y vender por miles y millones los aparatos de recepción (televisores) con sus antenas e instalaciones, fue imperativo crear formas y diseños capaces de convertir un artefacto tecnológico nuevo en parte del mobiliario doméstico, fue necesario hacer amable... familiar, la presencia del artefacto y sus mensajes o discursos para habituar a los usuarios a un nuevo modo de relación que, aun impersonal, pareciera plenamente social. Así se inicia una carrera mundial<sup>9</sup> descomunal que multiplica exponencialmente aparatos de recepción, emisoras y programas televisivos en un plazo record, incluso sistemas de transmisión, por aire, cable...<sup>10</sup>

Explícitos o implícitos, esos modos de infiltración son violencia que expresa un poder de penetración, de invasión *militarizada*, basada en cierta ética y estética del espionaje cotidiano que reprime y *fragmenta* conciencias. Sus armas más eficaces son la *ubicuidad* y la velocidad. Táctica *militar* para la alienación sobre un "target" que debe convencerse de que nada es cambiabile, nada es transformable, que no tiene sentido gastarse en rebeldías, que eso se sanciona, que es delito imaginar otro mundo y que eso se paga caro. Estética de la humillación y la esclavitud. Los imaginarios se convierten entonces en tierra prometida de un producto mutante y nómada, donde el modo de producción televisivo dominante trafica

mercancías comunicacionales con innovaciones tecnológicas y mercantiles para hacer circular, desembarcar y “posicionar” su ética y estética, la plusvalía como triunfo moral y el reino de sí como fetiche camuflado entre el medio y el mensaje. Alienación hertziana.

Pero multiplicación no es sinónimo de desarrollo. Los zares locales también quieren su pedazo de gloria. Con el desarrollo de las fuerzas productivas detenido y en plena fase de destrucción, las industrias televisoras se *multiplicaron*. Según la Unesco<sup>11</sup> hay 1,350 millones<sup>12</sup> de televisores. En 70 años se multiplicó de manera desigual y combinada. Hasta hace pocos años en Asia había 176 televisores por cada mil personas, en África 60, mientras que en Europa 446. En América Latina y el Caribe el promedio ha sido de 205 televisores por cada mil personas. Según Unesco en Guatemala, en 1997, había 61 televisores por cada mil habitantes, en Nicaragua 68; Argentina, 223; Bolivia, 116; Brasil, 223; Chile, 215; Colombia, 115; Cuba, 239; México, 272; Perú, 126; Uruguay, 239 y Venezuela, 180. En Estados Unidos 806 televisores por cada mil habitantes. En Francia 595 televisores, Alemania 567, España 409<sup>13</sup> y Reino Unido 521 por cada mil habitantes. En 1995, alrededor de 900 mil televisores en todo el mundo, es decir un receptor cada 6.8 personas. Hacia 1995 y 1996 en USA, 806 televisores por cada mil habitantes; en Canadá, 709 y en Japón, 700. En Gambia solo había 2, en Nepal y en Etiopía, 4. En Haití 4, Honduras 80, Venezuela 180, Cuba 199, El Salvador, 250, Chile 277, Brasil 289, Argentina 345. México tenía 193 televisores por cada mil habitantes. En 2010 habrá 2 mil millones de televisores y 5 mil millones en 2025.

Pocas cosas se han multiplicado de manera tan virulenta en tan poco tiempo. Sin haber comprendido las raíces económicas e ideológicas del Imperialismo, sin un diagnóstico profundo sobre sus implicaciones políticas y sociales y sin poner a la censura como el principal enemigo del campo de la producción televisiva, es imposible dar el menor paso hacia la solución de las calamidades principales generadas en particular por las televisoras burguesas.

## ñ) Armas de guerra ideológica

*En Beverly Hills no tiran la basura, la convierten en televisión.* Woody Allen  
Annie Hall

Atrapada por la dictadura del *rating*, las refriegas monopólicas y la estética farandulera, la televisión es también bocadillo cotidiano para el apetito del morbo común. Las televisoras desarrollaron poderes de infiltración que se ratifican o inventan permanentemente para hipnotizar receptores. Son despóticas, corruptas, racistas miserables y degradantes. Son púlpito y arma de guerra ideológica. La quintaesencia de las televisoras burguesas es la *existencia show* y el paraíso de la charlatanería ambigua, el tráfico de informaciones e influencias, la infección de lo cotidiano con resignación *divertida* para cobrar diezmos monetarios y políticos. Multinacionalmente. No abundan las excepciones.

Hay una crisis de sobreproducción televisiva que impone su caos y barbarie cultural. Las empresas productoras de imágenes televisuales rinden culto fetichista a lo que venden y a sí mismas. Imponen todo los valores del utilitarismo convencional burgués y se sirven de los avances tecnológicos para saturar con estereotipos a los trabajadores del medio y a sus receptores. Vemos una producción *televisible* bajo condiciones de explotación y alienación aceleradas, con conciencia crítica muy limitada o nula, poca organización y poca capacitación interesada por transformar el estado actual del absurdo, expresado en propiedad privada de herramientas para fabricar imágenes. Sobre esta crisis de sobre producción domina el empíriocriticismo.

Cada televisora desempeña un papel histórico con tareas ideológicas. Territorio para el tránsito impune de la violencia mercantil que oculta sus procedimientos en los productos, en los mensajes y en el medio. Que finca el absurdo como condición para la ceguera y el aturdimiento, que deja tránsito libre al flujo y reflujo comercial<sup>14</sup>. Estética de una violencia de mercados que administra con eficiencia los mitos de seducción de un imaginario globalizado, en un sólo sentido, donde reina la anarquía como belleza del neoliberalismo económico que por

globalización ha entendido la violación de todas las fronteras y la hegemonía de la alienación.

Televisoras que infiltran telerreceptores para permitir la circulación libre de fetiches, sin barreras simbólicas, apuntaladas por las fuerzas armadas de los paraísos mercantiles, televisoras cuya paradoja o perversión principal radica en hacer creer a los espectadores que son agentes de su propia historia. Las televisoras son el mejor lugar para pertrechar ejércitos diversos que ponen a salvo el capital. Ideológica, cultural y militarmente. Cada televisora es vidriera, expresión directa o indirecta del conflicto Capital-Trabajo. Aunque la hermosteen como la hermostean.

Pero las producciones televisivas están también pensadas para “clases de espectador”, que no son otras que las clases de la sociedad capitalista. La programación tiene emisiones, incluida la publicidad, para los privilegiados; hay programas y televisoras de segunda clase para la burguesía media; hay producciones de tercera para la pequeña burguesía y también existe una programación de cuarta para el proletariado.

Esa estética de fuerzas represoras, políticas y culturales, encarnadas militarmente en el discurso televisivo, hace relaciones de producción entre forma y contenido progresivamente más embrutecedoras. En términos materiales y simbólicos. La tensión de clases se verifica en lo que producen las televisoras y en la situación de sus trabajadores que no es distinta a la de la mayoría de los explotados, por más que la alienación o la negación de clase produzca, en algunos trabajadores, ilusiones de “artista”, “genio” o “ente” indefinido que no se autoconcibe como trabajador generador de *plusvalías*. Bajo tal proyecto la vida no es más que un espacio concreto conquistable, material e ideológicamente. Cultura de la dominación.

Y en las televisoras mercantiles se transparenta esta fragmentación permanente y perversa. Nadie puede unirse a nadie, nadie es solidario con nadie. La lógica, la estética, los programas, los relojes... todo es fragmento que lucha por ser ad libitum.

El culto a la fragmentación, con asimetrías dramáticas, es también culto a lo *externo*, porque lo *interno* sólo existe de lejos. La tensión entre lo *lejano* que se acerca y lo *cercano* que está lejos, se funde o

fusiona en el imaginario fabricado por las televisoras mercantiles. Lo externo o lejano se hace accesible a los sentidos, a la realidad que existe fuera del objeto, mientras lo interno o la conciencia sobre la realidad se aleja, día a día, a galopes de indiferencia. El mundo parece estar al alcance de la mano omnipresente de la televisión mercantil. Nada parece inaccesible, nada impide el tránsito a la intimidad de otros, se puede *conocer* el mundo sin desplazarse, se está *informado* minuto a minuto sobre lo que pasa en el orbe, casi no hace falta esfuerzo... y se logra hasta siendo analfabeto. Lo “fácil” como conquista moral... parecido al poder. La tele *está* en todas partes.

En el modo de producción capitalista la televisión despliega un modelo de estética basado en la fragmentación, la exageración, la sobreactuación, el escarnio, la vulgarización, la calumnia y el reflujo ideológico sustanciado por programas informativos que cierran un círculo vicioso entre la inercia del negocio, la cultura del espionaje, los devaneos del star system y la apología de la mediocridad. Y entonces reina la estupidez arrojada con frivolidad. Es verdad que el estudio de la televisión y las televisoras es simultáneamente estudio de la vida cotidiana, del Estado, los capitales, las poblaciones y las relaciones entre todos, con sus contradicciones y desequilibrios. En muchos lugares se gasta más en producción televisiva que en salud, educación, servicios públicos... por ejemplo.

Las televisoras disputan rabiosamente cada *espacio* de credibilidad mientras distorsionan las imágenes de las luchas sociales menos dóciles con la explotación, no sólo se dedican a cantar las glorias del nuevo orden mundial y su moralina, en simultáneo erigen un discurso que hace pasar por triunfo histórico la consolidación de un discurso único. Se corta cartucho ideológico desde los ejércitos monopólicos de las televisoras donde cierta derecha intelectual, con moral de publicista, dispara a discreción, permanentemente.

Sus propósitos mayores radican en potenciar la promiscuidad de los poderes burocráticos y financieros con una lógica y estética policíaca que cumple, tarde o temprano, tareas represivas. Además rentablemente. Es una trampa múltiple facultada por la invasión doctrinaria e irrestricta de discursos camuflados de comunicación. Es un juego

de palancas del poder hasta el hartazgo, repetitivo. Todos los productos son *iguales*, todos se copian a todos, incluso se plagian, se autoinspiran y se reflejan. Como un Narciso de mil cabezas que, con sólo un ojo, mira a su gemelo Narciso, cíclope con mil cabezas llamado “público”. Locutores, reporteros, escritores y demás profesionales, obligados a convertir en comunicación de raiting cualquier banalidad, rebuscan cuanta ampulosidad sintáctica está a su alcance. La prenda amada es convertir todo en espectáculo y escándalo rentables. No hay límites en esta estética televisiva para seducir y convencer a la clientela mediática. Hay tergiversación de datos, intermediación infiel, impostación, exageración, pose, pedantería y soberbia. Estética burguesa. Todo junto y con frecuencia insalubre. Y a toda hora.

La *realidad* llega bajo oleadas ideológicas cuyo fondo moral es priorizar lo fragmentario, a través de mercancías ajenas y en tránsito. Lo *propio* y lo *ajeno* son fases de una crisis que se resuelve con telenovelas, noticieros, programas de concurso... melodrama bajo todas sus apariencias plagado de ídolos, próceres y anecdotarios de fans. De norte a sur y de sur a norte.

### **o) La fidelidad infiel**

*Los filósofos no avanzaban impulsados solamente, como ellos creían, por la fuerza del pensamiento puro. Al contrario. Lo que en la realidad les impulsaba eran, precisamente los progresos formidables y cada vez más raudos de las ciencias naturales y de la industria.* F. Engels.

Al servicio de esta ética y estética está la producción, no poco rentable, de “Alta Fidelidad”. Hi. Fi. Es casi un concepto *religioso*. Dicen algunos. Para producir imágenes televisivas, *altamente fieles* a la *realidad* y la *naturalidad* se desarrollan tecnologías<sup>15</sup> extraordinarias. En tiempo y espacio.

Se trata de una fidelidad muy “especial” que por supuesto no incluye a la Realidad en su sentido más complejo, rico y no poco doloroso. De nuevo hay atomizaciones, fragmentaciones, de todo

tipo. Es la estética que tiene por realidad sólo la ilusión de la *exactitud* con que se capturan, transmiten y reproducen las imágenes. Acaso *realidad* implique *histerización* de lo subjetivo, solipsismo e ignorancia de las relaciones de producción, división de clases y culto al fetiche de las mercancías reducido a paisajes, melodías o perfumes. Acaso *realidad* implique sólo “iconicidad” de mercado y fidelidad con la mercancía y su transporte.

Para ser fiel a esa “realidad” en imágenes la tecnología de la televisión desarrolló artefactos diversos obedientes a la idea de llevar a todas partes y rápidamente la *realidad* “tal cual”. Transportar con fidelidad, aunque sea virtualmente, la mercancía televisiva con sus imaginarios, hasta los confines más inopinados. Llegar a todo el globo terráqueo, globalizar, con presencias “reales” y “fieles”, el producto y la lógica que lo produce, lo producido y su tecnología que, toda o en partes, permita cierto grado calculado de participación receptiva en un proceso que se cierra, provisionalmente, con la compra.

Así como la realidad se produce, debe llegar al su destinatario, usuario, receptor... *fielmente*, para que éste se integre a un circuito de *fidelidades* que, entre otras cosas, no distraiga su atención ni su inversión. No importa qué tipo o grado de violencia sea necesario. Casi no hay tecnología para la *fidelidad* de las imágenes que no haya pasado primero por las manos de la industria militar. Un catálogo enorme de artefactos para generar y “obtener” información, comunicación codificada y finalmente control. Es, hoy, la industria más poderosa. Nosotros la pagamos y consumimos.

Por otra parte tal *realismo* con sus *fidelidades* es producto de un entrenamiento codificador en el que no necesariamente participó la voluntad, ni el consenso del destinatario. La realidad, es decir, el conjunto de hechos concretos naturales, sociales e individuales independientes de nuestro ser y hacer, forma conceptos producto de nuestras relaciones sociales, con toda la complejidad de sus significados, y no se agota ni subordina a las imágenes que seamos capaces de “capturar”, transmitir y reproducir. Hacer creer al televidente que con o por la televisión *posee* la realidad, y que se la *refleja* “fielmente”, es una exageración que también es proyecto estético y acaso vale como

recurso expresivo, metonimia o sinécdoque. Ese principio estético de la exageración, es también violencia sobre toda concepción de la realidad, es infiltración social, dinámica y reiterativa que se resuelve en *retratos* parciales, aunque estos sean más o menos “fieles”, más o menos “democráticos”. Vendidos como totalidad.

La *fidelidad* tecnológica ganada por la televisión se debate con el concepto “ruido”, busca eliminarlo o disminuirlo. Todo cuanto obstaculiza o *ensucia* el propósito de llevar rápidamente y a larga distancia imágenes de género diverso, pasa, en esta lógica, a ser *indeseable*, disfuncional. En sus extremos esta lógica de la fidelidad se alimenta con cierta histeria perfeccionista que rinde culto a la forma por la forma misma. La transmisión debe ser tecnológicamente *perfecta* sin importar qué (acento) absurdo contenga. Es acaso una *perfección* (no poco frecuente) pariente de la “pureza” que ya dio calamidades discriminatorias genocidas. Como en el nazi-fascismo. La búsqueda de tal *fidelidad realista* produjo experiencias tan artificiales que no existen más que en la realidad *kantiana* de ciertos apetitos circenses. En sus extremos eliminar el “ruido” para ser “fieles” a la “realidad” implica eliminar toda *imperfección*, lo cual supone una idea de perfección que es sencillamente irreal. Artificial. Y hay quien es muy fiel a esto. Como el nazismo.

No se trata de fincar alegatos contra la calidad, eficacia y eficiencia de los artefactos de producción, transmisión y recepción televisivos. Se trata de discutir la producción ideológica que “encarnada” en la tecnología de mercado desembarca sobre las sociedades con sus parafernalias de progresismo o desarrollismo falso. Es falso que los avances en materia de pantallas planas, líquidas o digitales, los avances en transición de datos vía satélite o fibra óptica sean “avance para la humanidad” si sólo son “técnicos” y producen beneficios económicos para algunas empresas. Mismas que suelen poseer dispositivos internos no muy progresistas o desarrollistas con sus obreros.

Con este discurso contradictorio de ilusiones tecnologistas suele disfrazarse el capitalismo. Hay personas que aprendieron a tranquilizar sus angustias de clase comprando televisores. Hay gobiernos que firman contratos fantásticos para equipar con la “tecnología más avanzada”, por ejemplo, establecimientos educativos... para que *todos* puedan

*entrar al futuro*. No basta la crítica a la corrupción, que muchas veces impide la *llegada* de la tecnología a quienes realmente la pagan. Detrás está una alianza empresario gubernamental que, con un discurso único, televisado a mansalva, tratan de convencernos de que, aun corrupto, esto es lo que siempre quisimos, lo que merecemos... y que el sueño del progreso durará poco, hasta el contrato próximo.

Ser *fiel* a la *realidad* sin consenso, en el supuesto de que se puede ser fiel a la realidad con tecnología para unos cuantos, es ser fiel a un problema de clase agudizado. Uno lo ve en los hospitales, por ejemplo, donde las tecnologías de la imagen poseen grados de fidelidad a la realidad patológica altamente desarrollados y en pleno avance. Sólo que no es una realidad ni fidelidad al alcance de la realidad social. Se requieren varios sueldos para una sola imagen tomográfica. Real y fiel.

Existe, entre otros, un “giro militar” (político militar) en tecnología que se convirtió en sello de influencia para el desarrollo tecnológico general y para los medios de comunicación en particular. Tal “giro” tuvo y tiene en la industria televisiva ejemplos muy ricos y tiende puentes muy diversos con otros medios y modos (como Internet) gracias a ciertas “filosofías de la ciencia” en boga, consolidadas al término de la segunda Guerra Mundial especialmente con el éxito del proyecto “Manhattan” para la construcción de la bomba atómica.

Entre los centros de producción tecnológica para la televisión y los países consumidores de tal tecnología, existen relaciones generalmente anárquicas, desiguales y combinadas. Son relaciones de *transferencia* determinadas centralmente para forzar el crecimiento de mercados<sup>16</sup>. Y los consumidores no siempre son *conscientes* de sus necesidades tecnológicas ni libres para decidir cómo adquieren infraestructuras y superestructuras de comunicación. Algunos se consideran socios, otros cómplices.

Los países con economías subordinadas son países con tecnologías subordinadas. En América Latina la realidad es contundente. Somos compradores de tecnologías *esterilizadas* que, (como en el caso de algunos insectos manipulados genéticamente o de algunas semillas *trasmónicas*), no se reproducen, no se reciclan, mueren y se convierten en desecho. Una carrera mercantil empuja a la renovación

permanente de cuanto aparato nos rodea impulsada por vientos ideológicos que tienen sello de status<sup>17</sup>. Existe una especie de *segregación racial* inmersa en la marca, el modelo y las funciones del artefacto en boga. Para la casa o para la oficina... No todos pueden estar al día. Sólo quienes *pueden* disfrutan las ventajas del “confort”. Tecnología significa status, también. A la crisis de sobreproducción de los países coloniales viene bien la fabricación de tecnología no renovable. Viene bien un realismo metafísico y una fidelidad a lo ajeno.

En materia de televisión, su ética y estética, somos, los países colonizados, importadores compulsivos, producimos lo mínimo para la maquinaria productora, emisora o distribuidora de imágenes. Además no producimos investigación para el desarrollo de géneros televisivos, la inmensa mayoría de los formatos son comprados, rentados o imitados del modelo narrativo industrial impuesto por los *star system* coloniales. No diseñamos, dirigimos ni comercializamos con independencia los medios o modos tecnológicos. El producto de la industria de la televisión (es decir, miles de millones de dólares anuales) que abarca desde la video producción casera, las cintas magnéticas domésticas o profesionales, hasta los software y hardware para equipos de post producción, se transfiere sin escalas (con ayuda tecnológica de los bancos) a los países coloniales. No producimos, siquiera, la crítica (y autocrítica) necesarias o suficientes.

Sin pedirnos permiso las televisoras nos imponen su ética, estética y tecnología. Jamás nadie hizo plebiscito, en país alguno, sobre la incorporación de las redes de transmisión televisiva, la legitimidad de su discurso “globalizador”, sus usos y fines. Jamás nadie consultó sobre los costos y requerimientos en infraestructura y capacitación necesarios para el uso productivo de una red mundial de televisoras que, además, genera y secuestra millones y millones de dólares o euros cada año. En términos generales la entelequia de “un mundo que avanza”, “mundo que se globaliza”, mundo fetiche con poderes metafísicos, funciona como eufemismo publicitario para decir que las industrias tecnológicas dominantes quieren que les compremos permanentemente sus *juguets* nuevos con precios nuevos, aunque algu-

nos pasen, con dificultades, exámenes de calidad rigurosos. Como Time Warner, o los monopolios latinoamericanos.

Sabemos que la infraestructura de la televisión deberá ser re-adaptada a las necesidades nuevas de una comunicación revolucionaria, pero la maquinaria productiva creada por la anarquía capitalista sólo puede ser reconstruida en forma gradual. Se trata de una tarea que habrá que dar a toda costa.

Marx pensó en una tecnología como motor de la emancipación humana y el desarrollo histórico, ¿es esto posible? El desarrollo de los medios de producción, impulsado con innovaciones técnicas, establece cambios en las estructuras socio-políticas e ideológicas. Pero muy pronto la tecnología se convirtió en objeto del deseo y la avaricia. El fetichismo de la tecnología.

### **p) Un programa para la TV**

*Vale. Salud y si sigue la memoria, no olvide usted tener a la mano una piedra de esas que tanto teme el Goliat neoliberal y que, como todas las piedras, no mueren... Desde (las, piedras de las) montañas del Sureste Mexicano. Subcomandante Insurgente Marcos.*

Podríamos pensar una Televisión que haga visibles, evidentes, emergentes... las luchas por una revolución mundial sin pausa o freno, nueva, contra el fardo simbólico cultural colonialista que impide liberar las potencias expresivas más urgentes. Desde la ciencia hasta las artes, de un continente al otro. Está a prueba nuestra capacidad creadora para superar los límites impuestos a las virtudes humanas en materia de imaginación, contra todo imperialismo, se exhiba como se exhiba. Bien podríamos pensar una televisión no alienada que contribuya a terminar con la miseria.

¿De qué manera hay que explicar lo urgente que es una revolución comunicacional armada con cuantos medios sea necesario para liberar a la humanidad de todo aquello que la hace prisionera y satisfacer así sus necesidades más elementales? Podríamos pensar una producción

televisiva que abra horizontes nuevos y que bien pueda vencer lo que acaso es uno de nuestros adversarios mayores: la incomunicación... la desorganización.

Imaginar un escenario donde la televisión se emplee no para alienar a las sociedades sino para construir una suerte de comunicación revolucionaria capaz de trascender lo exclusivamente televisivo. Convertir sus poderes en poderes para elevar la conciencia social, la conciencia sobre la fuerza social organizada al servicio de sí y de su revolución permanente.

Imaginar una televisión para la espontaneidad, la frescura y la creación libre, para la verdad de todos probada y consensuada. Por la dignidad, el sentido del humor inteligente, la risa franca y el amor. Una televisión para la justicia vidente y clarividente, la información honesta, profunda, ancha, fiel y fecunda. Para la unidad de las diversidades, el saber de todos, por todos, para todos. Por la felicidad plena, el arte fortalecedor, la ciencia no esclavizada. Televisión sin candados, trampas ni mentiras... por la cultura y la natura... por el salto cualitativo de la humanidad hacia su emancipación definitiva.

Nada debería intimidarnos la conquista de una televisión revolucionaria, por manifestar interés en producciones a las que nos hemos visto ajenos y ser apasionados de su búsqueda, para producir, por vías revolucionarias, una serie de conquistas urgentes. Nada debería impedirnos la obstinación en la búsqueda de una revolución *visionaria* en televisión.

Comenzar, si se quiere, por instalar y propagar un buen debate, comenzar por pensar en conjunto para que semejante debate, con preguntas, dudas e intuiciones, oriente la praxis contra el absurdo descomunal de permitir la propiedad privada de las herramientas de producción televisiva, hacia una revolución de la televisión no indiferente a la revolución social toda. Poner en el seno de toda praxis televisiva, en empresas, universidades y organizaciones de trabajadores de lo audiovisual... la idea ineludible de una apropiación integral... desde las herramientas hasta las relaciones de producción.

Sólo cuando avancemos hacia una televisión revolucionaria sistemática y ambiciosa se rebasarán los límites de su miseria. Pero es cierto que sólo se encuentra aquello que una necesidad profunda

reclama, y esto cobra mayor fuerza cuando esa necesidad no sólo satisface de manera simbólica apetitos individuales o de secta. Para eso habrá que alcanzar de inmediato un estado superior sectario, no de cúpulas, no de clanes, hacia la construcción de una conciencia creadora nueva.

Es necesario un acuerdo abierto y renovado, de acción conjunta. Es necesario estimular la investigación y la educación libre para crear y experimentar en televisión, sus medios y modos. Es necesario un debate jurídico sobre las responsabilidades individuales y sociales. Es necesario un diagnóstico sobre los recursos y contribuciones posibles. Diagnóstico y pronóstico. Es necesario un Banco de Información Libre para investigadores y creadores que rompa el cerco de los cenáculos “ilustrados” y democratice la ciencia. Es necesario un movimiento consultivo internacional que contribuya, no burocráticamente, a fortalecer metodologías concretas en la producción simbólica del imaginario revolucionario, el papel de la televisión en la lucha contra la alienación mediática.

Es urgente una lucha organizada contra todo “Terrorismo”, “Belicismo” y “Cataclismo” ideados para atrarnos en las redes del pánico. Contra sus paradigmas, contra sus mezcolanzas, variedades, ingenuidades e intencionalidades. Contra los modos absolutistas en la producción de imágenes e imaginarios, su monopolización y su ingerencia, sus empirismos y racionalismos. Sus monopolios de Estado. Contra la exclusión en la producción de imágenes, la Globalización Imperial, la crisis mundial, sus imágenes recurrentes. Contra su economía, desempleo y hambrunas... contra sus religiones y fundamentalismos. Contra el hurto de tecnologías.

Pensar, con manos a la obra, esa televisión revolucionaria y mundial, propiamente dicha, que hará visibles y evidentes los caminos de la transformación total del mundo impulsada con los mejores logros de la civilización... es decir hará posible con su producción simbólica la certeza de la libertad definitiva, la revolución permanente. Todavía muchos no lo entienden así.

### *¿Cómo?*

Hay muchas posibilidades por difíciles que parezcan. Ya ocurre un movimiento de resistencia que no se contenta con reformismos ni migajas. Es una lucha real que comienza por entender y denunciar las conductas todas del mundo empresarial de las televisoras, es decir, la explotación de sus trabajadores y lo miserable de su discurso al servicio de la explotación y el capitalismo. A pesar de sus límites y limitaciones esta lucha existe en un escenario totalmente adverso donde crece críticamente una inteligencia rebelde y creativa. Estas luchas de resistencia que no sólo tienen carácter cultural se enfrentan a un sistema económico e ideológico de clase que las desecha y detesta por principio. Es decir, porque no son capitalistas. En la práctica son ya víctimas de exclusión y satanización de clase, racismo y persecución sistemática. A la vista están las contribuciones de las televisoras comunitarias venezolanas, el canal Utopía de Argentina, las televisoras barriales en Brasil, el canal 6 de julio mexicano, BarriodelCarmen en Internet y su apartado de video, la televisión zapatista para ser leída, los programas, tesis, experimentos y búsquedas de algunos universitarios y trabajadores de la T.V. No es poco<sup>18</sup>.

Pero para esta búsqueda el productor de televisión debe ser primero revolucionario organizado o será nada. Militante de la libertad integrado con otros. Deberá ser investigador y rebelde en la práctica absoluta de la verdad. Será un trabajador dispuesto a sumar esfuerzos con sus pares para transformar la realidad miserable en que vivimos, para hacer caminos a la libertad... cuanto antes. Será un trabajador consciente de sus contradicciones y de su fuerza organizada. Creador de cierto trabajo no alienado en la alquimia inequívoca de la praxis.

Es necesario un golpe letal contra la alienación televisiva, la mentira, la deformación de las conciencias, el mercadeo obsceno de las farándulas impunes, la vorágine de los buitres sobre los cerebros de los niños, la prostitución emocional de las mujeres, el desparpajo de los machismos, la barbarie rentable de los milagrosos mediáticos... Hace falta una gran revolución cultural, informativa y comunicacional. No adelante de los pueblos, no encima, no escondida... Es necesaria una moral de lucha en la televisión. La moral de lucha de quien

produce comunicación y se entiende como trabajador al lado de los trabajadores. Moral de lucha de trabajador que entiende su producción sometida a las mismas calamidades explotadoras que padecen todos los trabajadores. Y eso no se logra aislado.

Habrà de valerse de cuantos medios tenga al alcance para garantizar el triunfo definitivo de una televisión militante de la verdad, transformadora y revolucionaria de la conciencia, para la creación de una humanidad sin clases, sin estado, sin propiedad privada. Televisión militante en la ciencia, la educación, la tecnología... la poesía para activar todas las fuerzas sociales en la resolución de los problemas de la vida práctica.

Quien abraza el trabajo de la televisión antepondrá la ética a la estética, con ciencia, técnica, artesanía, anchas e irreductibles, como arma en lucha con imágenes... "álgebra profunda". ¿Será pedir mucho que nuestro trabajo beba de la Revolución y nos impulse para salir de los marcos desesperantes de la vida miserable, la debilidad y la impotencia?

Este desear otra Televisión, imperfecto, limitado y provisional muestra la necesidad de madurar como trabajadores que, desde cada lugar, asuman una beligerancia poética y revolucionaria con la certeza de que es posible cambiar al mundo sobre la base de un plan mundial construido por el espíritu de una humanidad dispuesta a sacudirse la explotación, organizada. De una vez por todas. Televisión sin ataduras.

Este desear la Televisión así, apasionado y entrañable, es un llamado a los trabajadores artistas, intelectuales, investigadores, preguntadores, estudiadores y enseñadores, que también desean trabajar desalienados y unidos en un frente único mundial por la construcción de una revolución cultural permanente. Es un deseo en resistencia que aparece cuando el imperialismo avanza y los gobiernos aplican políticas de superexplotación en todas partes. Las dos terceras partes del mundo son colonias. Resistencia que sobrevive perseguida, calumniada, encarcelada o exiliada.

Este desear la Televisión liberada aparece hoy porque importa más que nunca agruparnos contra las amenazas y los enemigos: la prostitución imperialista del "mercado global", la guerra ideológica en los

misiles y en los *mass media*, la persecución de los lebreles neoliberales en fábricas, aulas, oficinas, calles... realidad donde el arte, la ciencia, la creación, la inteligencia podrían servir a la Televisión con independencia y libertad relativas, contra toda imposición. Habrá que repetirlo millones de veces.

Este desear la Televisión de todos aparece al lado de la necesidad de organizarnos para ganar espacios en la formación poética y política, individual y social, tecnológica y estética hacia la transformación y resignificación del concepto comunicación y su práctica en la televisión. Organización que identificará a la televisión con las relaciones sociales todas, en las ciencias como en las artes, en el arado como en el microscopio. Organización para quebrar todo exclusivismo atribuido sólo a los *mass media* monopólicos. Tarea y lucha que desde un campo específico busca ampliarse y tejerse con la lucha totalizante contra la explotación. Tarea y lucha en el campo técnico y en el campo ideológico. Insistamos siempre.

Este desear la televisión emancipada sabe que hay riesgos como nunca en las circunstancias presentes. Que es imposible *revitalizar* el mundo en que vivimos, que es inútil aferrarse a él, que es preciso atreverse a cambiarlo desde sus logros mejores. Y que eso tiene costos que son hoy por hoy ineludibles. La televisión bien puede contribuir a conducir a la humanidad a sus fuentes verdaderas o será inútil. Pondrá a trabajar creativamente incluso los miedos. Una vez que hayamos asumido una actitud semejante ya no será posible confundir la mentira con la verdad tal como hoy ocurre.

No consideremos a la televisión como un medio mágico para acceder a un mundo “ideal”, “perfecto” dogma de sectarios, sino como herramienta que puede ayudar a salir de uno falso. Es condición pensar una televisión al servicio de la transformación definitiva de todos los estados del espíritu, todos los géneros de la actividad humana, todos los estados del mundo. Apuntar a una transformación general de los valores, a la ruptura y la descalificación de la lógica explotadora que deberá ser perseguida hasta la extirpación de todos sus reductos.

Este desear la Televisión sin mordazas apunta a la dignificación de la comunicación según su significado más profundo y más preciso,

imposible de dilucidar mediante la razón de la miseria. Apunta a un orden, organización, sensible e inteligente. A una ruptura claramente establecida. Apunta a explorar lenguajes nuevos no exclusivos ni excluyentes, con el filo de una obstinación revolucionaria encarnizada, que conmocione, desequilibre y derrote el pensamiento hegemónico. Y, sin negar los mejores logros, avanzar desde donde estamos.

No habrá libertad social sin producción libre (revolucionaria) de la información, la comunicación y la cultura. Todas las relaciones sociales son, además de muchas otras cosas, intercambios febriles de información y comunicación. De punta a punta, en los extremos e intersticios de la lucha histórica entre clases, desiguales y combinadas, la producción televisiva deberá dignificarse, cueste lo que cueste, con sus medios y mediaciones, virtudes, deformaciones y atrasos. Acaso un problema central frente a la Televisión sea (además de su realidad odiosa como monopolios, su tableteo alienante y sus galimatías tecnológicos), cómo apropiárnosla en un sentido amplio que excede a las meras herramientas y convertirlas en herramientas para la libertad y el desarrollo de las mejores fuerzas creadoras conscientes de sí. Problema que no se resuelve sólo con identificar los males, sino en contribuir a solucionarlos científicamente, poéticamente... y facultarnos para estar a la altura de las circunstancias dialécticas que las sociedades imponen hacia su liberación definitiva de toda esclavitud.

Este deseo exige atizar los amores, sea cuales fueren, suficientes y dinámicos para emprender la ruta pasional de una televisión enamorada de la revolución permanente. Este deseo reclama penetrar en terrenos filosóficos y metodológicos, teóricos y prácticos (sin separarlos), saber qué hacer y cómo hacerlo sin traicionarnos, a sabiendas o no. Saber y hacer... hacer para saber. A la defensiva y a la ofensiva, contra el empirio-criticismo, contra el neoliberalismo y contra el desánimo. Hay que comenzar desde abajo. Muchos más problemas son previsibles y sólo serán resueltos si se socializan y participan abiertamente todos aquellos dispuestos a caminar juntos y a responder a las exigencias de cada día. Comenzar por establecer directamente todo problema, abrirlo, enfrentarlo y continuar con una convocatoria per-

sistente, analizar la capacidad de participación y solución al tiempo que se elabora la práctica nueva.

Pensar y desear una televisión revolucionaria con una *economía política de los signos* planificada supone principalmente un gran programa de comunicación revolucionaria que aun no tenemos. Necesitamos una televisión que acompañe el camino hacia la sociedad sin clases y eso sólo se puede tener con un proyecto, acuerdo, mapa... que no se contente con explicar paradojas o malabares terminológicos más o menos “lógicos”, espectaculares o convincentes. Mapa, programa, sueño, acción... no unilateral sobre la realidad, la fidelidad y la imagen, plenamente involucrado con la transformación de este *espectáculo* de absurdos producidos por las desigualdades económicas y el saqueo anárquico sistemático de las riquezas. Mapa... como arma contra la red de falacias que puso altares a la dependencia y transferencia tecnológica como fetiche e ilusión de progreso.

Programa crítico y autocrítico donde nuestra imaginación vea y realice conquistas nuevas del deseo, el conocimiento y el espíritu. Ocurran donde ocurran y como ocurran. Nuestra tarea deberá ser elevar la vida a un nivel más alto y enriquecerla. No como tarea desesperada sino como trabajo sistemático lleno de perspectivas que se abren y nos permiten declarar que la televisión atraviesa una gran encrucijada, la encrucijada de la revolución social que devolverá su desarrollo a la humanidad, acompañada de una época de conocimientos y felicidad... esta vez sin explotación, miseria ni ignorancia. La humanidad liberada.

No es posible entender una televisión revolucionaria sin conciencia de las necesidades humanas todas. Necesitamos una televisión libre producida desde las bases. Una televisión ganada por los trabajadores, comunitaria y espejo de los ciudadanos, creadora de movimiento y fiesta de todos.

#### **q) Tabú TV**

Quizá haya llegado el momento en que, entre otras mil cosas, la praxis de la apropiación, aun con sus limitaciones<sup>19</sup>, nos permita crear la televisión no alienante que necesitamos. Es del mayor interés

priorizar la expropiación, debatirla, estudiarla y practicarla en las aulas, las fábricas y las sobremesas, ejercer sus fuerzas, anchuras, profundidades y promesas para una lucha que, mientras no se demuestre lo contrario, es competencia de poetas al igual que de médicos, de campesinos y obreros... de quienes quieren derrotar la miseria, la ignorancia y esclavitud. Expropiar las herramientas de producción simbólica es tan importante como expropiar petróleo, bancos, alimentación, escuelas, hospitales... fábricas porque paradójicamente la televisión ya ha sido *expropiada*, o secuestrada, por empresas televisoras que, bajo alguna modalidad “legal”, gozan de un usufructo, económico, político e ideológico monstruoso... de lo que se trata ahora es de expropiar a los expropiadores.

Expropiar la televisión y las televisoras es uno de esos temas “tabú”<sup>20</sup>, un *innombrable*, intocable... “herejía” mayor no sólo para los trabajadores de la imagen televisiva, sino incluso para académicos, investigadores, científicos, docentes, críticos... la “loca de la casa”, lo “incómodo”, de “mal gusto”, “peligroso”. De eso no se habla. No se trata crear una televisión maquillada dentro del capitalismo sino expropiar la televisión para derrocar el capitalismo. Y tal expropiación es sólo una acción, no descontextuada ni de carácter transitorio, tampoco un fin en sí.

Expropiar es un tema que se elude con frecuencia, un tema “maldito” empantanado con epítetos simplistas. Dicen incluso que se amenaza a la “libertad de expresión” que para algunos es en realidad “libertad de empresa”. Rápidamente los dueños de consorcios televisivos, y sus cancerberos, estigmatizan, como inquisidores de cepa, toda alusión e intención expropiatoria. Algunos se esfuerzan en idear tácticas dilatorias con “reformas”, “reglamentaciones” o maquillajes *democratizadores* de todo género, pero la televisión y las televisoras requieren intervención, científica, poética y política concretas para su expropiación definitiva. Ningún paliativo sirvió hasta ahora.

Tal expropiación, cuyo alcance internacional llega tan lejos, plantea un problema en apariencia insoluble: la unidad organizada de todas las fuerzas comunicacionales, foros, colectivos, talleres, que inicien históricamente el momento en que la conciencia penetre hasta el

fondo de la realidad y se confiera el desafío y privilegio de cambiar al mundo, transformarlo.

No es necesario expropiar para fines platónicos, sino para ejercer una influencia práctica sobre las herramientas de producción y sobre los modos de producción televisiva. Esto es inalcanzable sin una transformación que genere producción duradera, estable, normal, bajo el control de los trabajadores y los usuarios. Acaso estemos hablando del control obrero bajo el régimen capitalista y contra el poder de la burguesía que jamás tolerarán la dualidad de poder y control de los trabajadores sobre las empresas y sistemas sociales. Pero, claramente, tal control puede ser logrado sólo con un cambio *brusco* en la correlación de fuerzas, desfavorable a la burguesía, por trabajadores que van camino de arrancarle el poder y la propiedad de los medios de producción televisiva.

Para muchos trabajadores, estudiantes, funcionarios e intelectuales, involucrados directa o indirectamente, parece poco *conveniente* impulsar una revolución de la televisión expropiándola, porque son frecuentemente víctimas de cierto fanatismo comercial, religioso o político. Aun cuando no exista un sólo momento de la producción televisiva que no haya sido trabajada por ellos, no se sienten vinculados ni con derecho sobre su trabajo. Viven alienados... desgarrados. Esos trabajadores se creen con el deber de ser fieles eternamente a los designios del patrón. La mayoría de quienes trabajan para las televisoras, contratados, independientes, sin contrato... se ven obligados a adaptarse a los intereses de los dueños y a los *gustos* no poco degenerados, alfabetizados e infiltrados de buena parte del "público". Si el trabajador ha desarrollado algún grado de conciencia sobre los desastres producidos por las televisoras, también se ve obligado a desarrollar una doble moral llena de absurdos, frustraciones e insatisfacciones.

En Latinoamérica, por ejemplo, Globo, Televisa, Cisneros y Clarín reinan en un "mercado" monopólico con ambiciones de "globalidad", *tejen* redes entre sí ayudados por poderes maleables que colaboran a fortalecer a las industrias de la televisión fortaleciéndose ellos mismos, esto acentúa la urgencia de las expropiaciones. Hace evidente la necesidad de una revolución de la comunicación, no atomizada, la

necesidad de un marco de prioridades latinoamericanas en comunicación, la necesidad de un movimiento teórico-práctico para la comunicación crítica, la necesidad de un debate profundo sobre las relaciones entre educación y comunicación dominante y sus responsabilidades sociales, además romper el cerco de los “académicos” y gestar una interrelación inexcusable con obreros, campesinos y organizaciones populares.

¿Qué perspectivas puede tener la expropiación de las televisoras? La burguesía no responderá a la expropiación por medio de métodos pacifistas, ni fuera ni dentro de su territorio. Podemos esperar que sus respuestas sean temerarias y bestiales. No hay lugar para ingenuidades.

Expropiar tiene sentido sólo si tal expropiación obedece a un programa revolucionario para la producción de imágenes e imaginarios capaz de consolidar una revolución cultural profunda, la expropiación aislada no basta porque los expropiados ejercerán siempre tareas contra-revolucionarias con el propósito de restaurar la dictadura de la propiedad privada.

Se trata de buscar una victoria definitiva contra la miseria, superstición y la ignorancia pero no lo lograremos sin expropiar las herramientas técnicas. No debemos quedarnos a la zaga. Hay que elevar el nivel cultural de las masas trabajadoras. La televisión revolucionaria debe prestar la mayor atención a las necesidades artísticas de las sociedades, apoyar y guiar sus esfuerzos. La creación de talleres de producción televisiva de base puede ofrecer magníficos resultados. Pero sobre todo la televisión expropiada ha de contribuir al fortalecimiento de la organización de los trabajadores porque es imposible transformar una sociedad y una televisión a partir de individuos aislados.

Son necesarios consejos, asambleas y grupos organizados como frente único para impulsar una era nueva de comunicación social, ensanchándola y profundizándola. Su tarea tomará proporciones inmensas en la vida de las fábricas, de las ciudades, de las regiones agrícolas y de la sociedad toda. Estas organizaciones podrán, y a caso deben, operar, en una instancia, como órganos de doble poder. Esto, por supuesto, no resuelve todos los problemas técnicos, operativos y administrativos involucrados en el desafío de tomar las televisoras y

hacerlas operar pertinentemente. Es sólo un momento de un proceso muy largo.

Contra la idea de que la televisión debe tener como propósito principal el “entretenimiento” por el entretenimiento mismo, y de ninguna manera el conocimiento de la realidad para transformarla, habrá que esforzarse enormemente. La televisión bien puede ser un medio de conocimiento con un significado superior al de “diversión” y hacia un lenguaje de intercomunicación humana renovado. Por lo que no es poco urgente un trabajo sistemático y tenaz contra todo analfabetismo o alfabetismo precario, contra los prejuicios religiosos, contra la superstición que infunde miedos y debilidad a los seres humanos. Contra las sectas de todo tipo que pululan adueñándose día con día de canales y medios para la obtención de diezmos muy diversos.

No podemos ignorar que entre las ciudades y el campo existen, en América Latina, contradicciones enormes, materiales y culturales. No es posible pensar una televisión que no contemple las diferencias concretas en que está sumergida la población rural y urbana. La unidad revolucionaria de campesinos y obreros, de habitantes del campo y de seres urbanos es una cuestión central que no admite elusiones. Y la televisión debe contribuir ahí con las tareas urgentes. El interés por la relación campo-ciudad que incluye a los pueblos originarios, con sus tradiciones, lenguas e identidades, a los excluidos de todo tipo, debe madurar y emerger de abajo a arriba. Desde las organizaciones hacia una reprogramación total del trabajo productivo en y con la televisión. No hay revolución de la televisión al margen de la revolución total.

Hoy la tarea esencial es la lucha revolucionaria por la conquista del poder valiéndonos de todas las herramientas que sepamos conquistar. Luego habrá que construir una sociedad socialista y una cultura socialista. No podemos inhibirnos ante las dificultades. Tenemos problemas complejos en todos los terrenos de la creatividad humana. No hay soluciones prefabricadas. La televisión expropiada repudiará todo dogmatismo con sus fuerzas y medios, se construirá sobre convicciones inquebrantables y con la mirada en el futuro.

No basta con identificar y denunciar la problemática mundial en materia de televisión y empresas televisoras. No bastan los diagnósticos más conspicuos, de los que por cierto hay muchos y muy buenos. Hace falta la expropiación de las herramientas para el trabajo de producir una televisión verdaderamente libre. Esto incluye la urgencia de anular todo sectarismo. Si la humanidad lucha por adueñarse de sí para desaparecer todas las miserias que la aquejan y alejan de su emancipación total, no podemos ser indiferentes ni indolentes, por eso es necesaria la expropiación de la televisión para que ésta contribuya a la libertad de la imagen, la imaginación y la fantasía contra toda la miseria que nos abrumba. Bien puede ser ésta la hora. Incluso nos hemos tardado.

*“El hecho de que hasta ahora, después de cerca de seis años, no hayamos echado mano del cine, prueba hasta qué punto somos torpes, incultos para no decir estúpidos. El cine es un instrumento que se impone por sí mismo: el mejor instrumento de propaganda -propaganda técnica, cultural, aplicable a la producción, a la lucha antialcohólica, al campo sanitario, político, en dos palabras, es un instrumento de propaganda fácilmente asimilable, atractivo, que se graba en la memoria...”. León Trotsky*

### **r) Comunicación a las patadas**

Es grotesco el circo comunicacional “deportivo” que emborracha a los pueblos entre patadas y goles. Esa fascinación extraordinaria que ejerce el fútbol sobre las sociedades contemporáneas rebasa voluntariosamente todas las intenciones que creímos suficientes para explicarnos los cómo, porqué y cuándo de ciertos magnetismos *cancheros*. Sociólogos, antropólogos o politólogos (entre otros muchos interesados) se *devanan los sesos* pretendiendo establecer límites, categorías, definiciones y estadísticas, capaces de poner en claro el conjunto de factores combinatorios que dan por resultado uno de los fenómenos comunicacionales colectivos más inextricables. Nadie da pie con bola. Gran triunfo esclavizante.

Deporte, espectáculo y *arte* mediático para las masas preñados con *performance* popular, rito de congregación masiva. Catarsis de presio-

nes históricas y parafernalia de fe, dogmatismo o fanatismo, que alcanzan extremos inimaginados, de lo erótico a lo tanático. No hay psicoanálisis de las sociedades modernas, que sin reduccionismos racionalistas, sea capaz de revalorar y redimensionar el papel del fútbol en el espíritu de la humanidad contemporánea. Con sus bondades y necesidades. Menos aun sin análisis de clase.

Cuando una trama de movimientos, estrategias, accidentes o absurdos desencadena en el espectador ese *chicotazo emocional* que lo castiga o gratifica, por él, para él, y hasta él, se confirman potencias, esperanzas, alegrías, desencantos o ritos profundísimos que habitan en el ser de las culturas como condición delirante para muchas de sus expresiones. Hay quienes lo ven sólo como negocio. Fundamentalismo de un neo nacionalismo de las patadas.

El fútbol es una coreografía lúdica que se funda en el agón, el azar, el vértigo y la mimesis. Los jugadores danzan un rito del estallido y de la expansión que tiene como pretexto el control del cuerpo humano, del cuerpo esférico y del cuerpo colectivo, asociados para que toda su energía pase por una puerta arquetípica que casi siempre significa renovación donde se reinicia el ciclo. Quien inventó el fútbol, (persona, sociedad, o secta), consciente o inconscientemente, puso sobre la rectangularidad del terreno un conjunto de piezas estremecedoramente parecidas a las que contiene la existencia toda. Eso seduce a los pueblos desde siempre. El fútbol pone en juego inteligencias geométricas, que sintetizan fuerza, aceleración, masa, probabilidades y curvas en un ejercicio estético cuyo arte, ritmo, armonía, y composición, manejan repertorios de imágenes abstractas, fijas en la mente del público y el jugador. Potencias resucitadas cíclicamente en la fantasía y maravilla del gol.

Por más que la palabra gol signifique meta, el fin último del fútbol no es el gol. Como en todo fenómeno lúdico siempre es más importante el proceso que el producto, aunque el producto sirva, o no, para cobrar sueldos, entradas, regalías y prestigios de comentaristas, cronistas, futbolistas, sucedáneos y conexos. Esclavismo en pleno. Quien disfruta el “balón pie” afina su percepción sobre movimientos, aco- modos, condición física, logísticas y destrezas de cada jugador y del

conjunto. Pero además disfruta carismas, desafíos, heroicidades, suerte y destino, individuales o grupales, *divisa-religión* que magnetiza a sociedades enteras.

Magia inefable que oculta sus secretos en las gavetas culturales más íntimas de los pueblos y de sus atrasos respectivos. Los estadios exaltan con su circularidad y concentricidad tradiciones sagradas ancestrales del espacio y el tiempo. El público sobreexcita las redes emocionales de todo su ser particular o colectivo y se entrega a una contemplación, no pasiva, que apetece desatar su *lirismo* sobre *épicas* renovadas en dramas conmocionantes. Desde la tragedia griega hasta el campeonato mundial del fútbol. Poco favor hace las crónicas *mas-medieras* que preñan con su ideología mercantil y su pobreza estética, el disfrute de aficionados y jugadores que, de cuerpo presente o en transmisiones televisivo-radiales, siguen las acciones futboleras.

Es imposible explicar de dónde surgió esa estética grotesca del alarido artificial y de las voces ampulosas que dan cuenta sobre los hechos en la cancha. La sobresaturación prefabricada con que se ponderan o critican los movimientos, el grito frecuentemente falso que canta goles, medido para que alcance hasta la repetición y la moda *solemne* que impera al analizar un juego, vuelve fastidiosa la envoltura que manosea lo que a nivel del césped tiene otro sabor. Nadie puede objetar o prohibir las acometidas pasionales, lo reprochable es que mientan con el pretexto de que “así debe ser para que al público le guste”. ¿Quién inventaría ese cliché? Y ocurre igual por todas partes.

Incluso esa moda de la exaltación hace pirámides humanas, rasga vestiduras, produce carreras apocalípticas ante las tribunas y catarsis escénicas desmedidas, teatralizan o farandulizan algo que naturalmente no necesita *performances vodevilesco*s. Es verdad que los rituales colectivos no necesitan recetarios ni reglamentos de nadie. Lo ofensivo es que se les tergiverse para que aparezcan como show de vanidades mediocres.

Ganar o perder son accidentes de una expectativa que siempre tiene imponderables infinitos. El fútbol posee variables tan amplias, como juego o como arte. Hay designios donde el azar impone sus

caprichos. Especulen lo que especulen empresarios, anunciantes, funcionarios y apostadores. ¿Quién es el dueño del fútbol? Nunca la historia de la cultura imaginó que fuese posible concentrar el interés de tantos millones de almas en torno a un juego de pelota. Nunca se reunió bajo pretexto de espectáculo deportivo inversiones financieras, tecnológicas, políticas e ideológicas tan descomunales como las que hemos conocido en tiempos recientes. Jamás un acontecimiento cultural derivado del juego entre equipos futboleros ocupó tan desmedidamente espacios en televisión, radio o prensa, todos los días de todas las semanas en todos los meses. No parece haber límite. El poder del fútbol, que también es extrafutbolístico, ha llegado a conmover la seguridad nacional en varios países. Por las afluencias y por las violencias. Poder que seduce de la cancha a la mercadotecnia, de las porterías a las ideologías, de las tribunas a las urnas. Poder emanado de las concentraciones humanas, siempre amenazantes y promisorias, enigmáticas como la cultura, el genio y la justicia que pueden conquistar cuando se lo proponen. Poder real que incluso hace vivir esa pasión futbolera descomunal e inmedible, violenta, salvaje y poética, ante la cual, virtualmente ninguna explicación da pie con bola.

### s) *Un best seller llamado “prensa”*

Nadie escribe, ordena, imprime, distribuye en “comunicación” impresa, como los diarios. La historia de la cultura editorial jamás sospechó que fuese posible generar, en inteligencia como en volumen, la inimaginable cantidad de periódicos que se imprimen e imprimieron desde siempre. Ningún editor, diseñador, dibujante, fotógrafo o escritor imaginó que fuese posible reproducir su obra (breve y no tanto) en tirajes que, bajo otros formatos, serían virtualmente impensables.

Quien participa en un diario multiplica ciertos *panes de la inteligencia*. Aunque algunos indigestan. A palos de ciego, la prensa evolucionó sus *lenguajes*. Sorteó a su modo, y no siempre con éxito e integridad, las vicisitudes ideológicas, políticas y económicas de la historia, hasta consolidar su papel como cronista protagonista. Solidificó

un poder paralelo al de la “opinión pública” y adquirió privilegios de juez. Hoy la prensa es un personaje empresarial que resuelve sus galimatías financieros publicitariamente. Hay de todo, pero escasea lo mejor.

Un divorcio artificioso entre la literatura y el periodismo se instaló en los criterios operativos de los diarios. Basado en concepciones funcionalistas, mercantiles y pragmatistas se creó una separación aparentemente irreconciliable que fracturó el oficio de escribir (es decir creó uno nuevo especializado y sometido a una cadena de producción ideológica) en porciones cada día más insostenibles. Con la entelequia de la “objetividad informativa” se cerró el paso a la experimentación, creación y evolución de modelos expresivos nuevos. Se rigidizaron las semánticas, sintácticas y pragmáticas del medio hasta el punto de un *acartonamiento* comunicacional. Se institucionalizaron las secciones, se esquematizaron los diseños y se anuló virtualmente toda posibilidad multidisciplinaria. Es decir se usurpo una posibilidad de sorpresa, seducción y misterio comunicativo y del carácter magnético de un foro cuya tradición y enigma cultural se remonta a los orígenes de la humanidad.

Muy pocos diarios atienden o resuelven las necesidades sociales en comunicación a cambio juegan a confundir y legitimar lo político con lo farandulesco, lo deportivo con lo financiero y lo sociológico con lo criminalístico. Del contenido a la forma.

Las relaciones que el lector instaure con un diario apuntan sobre la dialéctica de un medio que no siempre evoluciona con su destinatario. Nadie puede empeñarse en desatender las condiciones contextuales o las transiciones que la historia cotidiana y el lector cursan en su desenvolvimiento a riesgo de condenar la publicación al ostracismo de una torre de marfil prepotente e insensible. Porque, además, los prototipos de competencia adquieren niveles de salvajismo mercenario del que sólo salen bien librados quienes tienen la plasticidad integral de una filosofía orgánica nítidamente actualizada. Es decir los monopolios.

Los desafíos del trabajo periodístico en general y el impreso en particular tienen denominadores comunes en la calidad conceptual,

estilística y comunicacional de sus escritores, ilustradores y diseñadores gráficos que, al lado de los comercializadores, generan un producto cultural estratégico-cotidiano que, en su originalidad, agresividad y credibilidad, no diluye lo sistemático del pensamiento mercantil que los ordena.

Son *libros* diarios cuyo tema colectivo debería ser la vida misma con sus retos para la libertad. A cambio la edición abordada por gabinetes de especialistas apoya y abre cuanta conexión solidifica una actitud comercial muy clara. Parece ser que contra los hechos sociales hay métodos de investigación desarrollados con sintaxis, traducciones gráficas y modelos de publicitación cada día más corporativos. Nadie puede o debe creer en la imparcialidad periodística. Todo medio está determinado por sus intereses de clase.

La idea de una inteligencia inmaculada, conservada *in vitro* al margen de simpatías ideológicas, es también una ideología que se camufla bajo ilusiones democráticas que niega de base. Los diarios son declaración de principios. Aunque sen del enemigo. En el repertorio de opciones, según las panorámicas políticas de las sociedades, los diarios no expresan la riqueza de posturas, certezas o credibilidades.

Decir lo que se piensa obliga a sustentarlo. La pobreza teórica de algunos periodistas es cuna de su ambigüedad y falta de compromiso con otro interés que no sea el del patrón. Pero la asunción de claridad en estas posturas, por una cierta dinámica muy peculiar, también apeetece polémica, disenso y ruptura con la mediocridad de algunas páginas. En muchos diarios ganó la claridad junto a la pluralidad. Sin hipocresía.

El oficio de escribir y algunos géneros como el ensayo, encontró en algunos diarios una oportunidad extraordinaria. Todas las crisis, cambios y limitaciones que otros medios impresos han vivido, configuran una realidad distinta que pide sensibilidad suficiente para entender y participar del futuro inmediato. Es muy posible que la prensa escrita desdoble armas nuevas, sometida a los modelos monopólicos nuevos que encadenan mensaje entre televisoras, radios y periódicos. Todo parece ser cuestión de atender fielmente los mandatos de un proyecto histórico cultural que desde el capullo dejó ver sus

alcances. Lo demás es aplicación de lógicas y estrategias ya muy consolidadas teórica y metodológicamente y en espera de experiencias específicas.

Un diario da cabida a posibilidades expresivas combinatorias múltiples. Cabe la fotografía, el dibujo, y la composición pictórica. Caben todas las formas de escritura, las especialidades y lo vocacional. Cabe lo comercial y altruista, lo político, empresarial, religioso y artístico. *Performance* multimedia que sintetiza todos los lenguajes contemporáneos para fortalecer su expresión particular y colectiva. Como virtualmente ningún otro portador de mensajes explora la realidad social en calidades y cantidades que otros desconocen. Es decir, un diario posee todo para arribar al futuro inmediato como paradigma comunicacional cargado con promesas y sorpresas. Como obra portátil de arte distinto, vehículo y vehiculante al mismo tiempo. Pero no está la ética primero que la estética.

El invento de Gutemberg transformó con su imprenta un *oficio* de la “comunicación” también inédito: el oficio de lector. Todo lector es un enigma. No hay ciencia, arte, religión o filosofía que sepa desenmarañar con precisión los caprichos y misterios comunicacionales suscitados en la búsqueda-encuentro de lectores. A pesar de las excepciones, casualidades o modalidades que, desde el ensayo y el error aportan hipótesis sobre algunos *secretos*, están en pie todas las interrogaciones vinculadas con el destinatario. No hay recetas infalibles. Hay hipótesis y desafíos.

Suelen estar en la vocación de quienes publican, preguntas problematizantes terminales. ¿Quién leerá? ¿Cómo se interpretará lo propuesto? ¿Cumplirá sus objetivos lo escrito? Pocas veces las respuestas son suficientes. “*Aún en el inconsciente, todo pensamiento está ligado a su contrario*” Freud. El lector, por su parte, explora los horizontes boscosos de la letra, abandonado a su suerte para encontrarse (o ser encontrado) ante textos de autores conocidos o no, capaces de refrendar la magia embriagante de la lectura.

En las cada vez más complejas hipótesis sobre los universos, intereses y preferencias del receptor, impera la renovación constante de criterios. Toda obra que, por una razón u otra seduce e impacta el inte-

rés del público, es materia de investigación, reflexión y estudio. Es reto nuevo que despliega repertorios significativos delatores de sucesos intelectuales donde autor y lector se renuevan entre diálogos peculiares. Acto íntimo de lo social animado con voluntades entregadas a intercambios donde los qué y cómo de lo dicho evidencian la riqueza del acontecimiento. Acto íntimo que compromete al proceso porque marca pautas unas veces gratificantes, otras no tanto. *No es imprudente ser brutal e ir directo a los hechos, cuando a cada frase, el yo cubre un nosotros, inmenso nosotros, silencioso e invisible nosotros -nosotros, toda una nueva generación enemiga de la guerra y de las tonterías nacionales; una generación rebosante de salud, porque es joven, y ya empuja, se codea y agujerea-, seria, burlona y amenazadora.* Baudelaire

La preferencia de los lectores, paradójicamente, no siempre garantiza la calidad de la obra, como tampoco significa que lo preferido, por serlo, merezca ser imitado.

Un lector o grupo de lectores es, si realmente importa a quien escribe, coautor orgánico de la obra. Nada más y nada menos. Su presencia y actuación establecen condiciones que se pactan culturalmente sobre valores textuales, contextuales y subtextuales, simultáneamente colectivos y particulares. El lector no es importante porque compra, consume o aplaude. La relación que se instaura con el lector podrá ser duradera, en el consenso y en el disenso, si pauta principios participativos, comprometidos con las realidades correspondientes, en intercambio, donde el mandato ético domine al estético. Como en la amistad.

Los hábitos, tendencias y propuestas que el lector fija en su experiencia, están influenciados por virtudes o vicios muy parecidos a los del escritor. Las teorías de marketing, que basan sus estrategias en la subestimación mercantil de los lectores, recurrentemente establecen relaciones efímeras que se agotan en las cajas registradoras. Suponen que la estadística resuelve conocimientos sobre el ánimo, carácter o temperamento del lector. Omiten sutilezas que una relación respetuosa no soslayaría, e impiden secuenciar o expandir modos específicos para el acto comunicativo. Y el lector merece más que eso.

Muchas crisis editoriales provienen del cansancio que el lector experimenta por la reiteración y saturación de clichés que, desde lo temático hasta lo sintáctico, apelan a la imitación de la imitación. Novelas, reportajes, artículos, ensayos... nada está a salvo. Los lectores tampoco tienen por qué financiar negocios mediocres, explotadores de morbo, ignorancia o desinformación (deformación).

En muchos sentidos el lector que sigue una obra editorial, librería, periodística o de otra especie, es *gemelo* intelectual de los autores. Al menos se identifica conceptual o formalmente con la propuesta para apropiársela e integrarla a su experiencia entre acuerdos o desacuerdos. Además, el receptor activa desplantes de generosidad, normalmente inmerecida, capaz de conferir a los autores, talentos, cualidades o méritos que terminan siendo valor agregado en prestigio. Eso vale más de lo que cuesta. Eso pocas veces se agradece.

Algunos autores (y editores) todavía sostienen la tesis *hitleriana* que insiste en convencernos sobre la estupidez del público. Afirman que para las mayorías hay que producir mensajes “sencillos, entendibles y sin complejidades”. Confunden la comunicación con la manipulación, el entretenimiento con la vulgaridad, lo inteligente con lo aburrido. Parten de subestimaciones a ultranza que no reconocen para los medios masivos obligación de calidad conceptual, léxica o formal. Para ellos *hablar* con el público sólo exige respeto cuando se trata de cobrar o justificar alguna necesidad. Noticia: los lectores no son idiotas.

#### **t) Dramas de la vida irreal**

Son grotescas también las historias televisivas por entregas que son herederas audiovisuales del melodrama. La telenovela es uno de los géneros comunicacionales que la televisión desarrolló a su modo para seducir cierta necesidad de fantasías que las sociedades tienen.

La telenovela posee de lo literario componentes dramáticos que el melodrama consolidó en los *folletines* del siglo XIX. Posee de la cultura audiovisual el caudal *glamorado* que la industria cinematográfica hollywoodense propuso en los años 30 y 40; posee del formato tele-

visivo las combinaciones y resoluciones genéricas del “medio tono”, matizado por la mercadotecnia y la publicidad; y posee además una capacidad particular de exploración y promoción emocionales, maqueteadas en juegos dramáticos con ideologías sospechosas.

Mucha audiencia, no mucha calidad. Mucha publicidad, poca originalidad. Mucha palabrería poca dramatización, montaje y actuación. Mucho efectismo, poca teatralidad. Mucha fragmentación, poca dinámica, y la responsabilidad de ser uno de los fenómenos culturales de masas con mucha influencia y poco estudio. ¿Quién lo controla?

Es uno de los *grandes* aprendizajes y aportes del *bussines* televisivo. Se desarrolló primero conceptualmente con el modelo impreso de las historias por entregas que hipnotizaron a las abuelas de nuestras abuelas, en tardes decimonónicas y bucólicas. Cultura de masas balbuceante que no fue indiferente a los *beneficios* ideológicos que el melodrama ofrecía para afianzar otros *beneficios* económicos. Una historia de amor. Gente *nice* y *buena* que debe soportar la tragedia de convivir con gente *perversa*, *mala*, *pobre*, *mal educada* y *ambiciosa*.

Gente de valores “bien vistos” que no sin lágrimas, y alguna ayuda celestial, vence los designios de la maldad para lograr un final feliz y una moraleja siempre inconclusa hasta el próximo capítulo y/o historia.. La misma cosa desde siempre. Con un tratamiento estilístico en el que las pasiones e instintos se contienen y moderan a ultranza en virtud de una “moral bien fincada”. Con duelo maniqueo interminable entre el bien y el mal. Con una idea de familia nuclear judeocristiana amenazada por calamidades sin fin, una idea del amor rosa, casto, matrimonialista y procreador. Una visión descontextualizada del delito o la pobreza y la promesa de que luego de pasar por el *purgatorio* de tanta maldad hallaremos *la paz* y *la felicidad*. La telenovela ha dado vueltas y vueltas sobre su esquema, exitoso en términos de ventas, y mañoso en términos de obra. Año tras año, capítulo tras capítulo. Siempre se estrenará más de lo mismo.

Holliwood no fue el primero en industrializar el melodrama pero sí el que aportó la *glamourización* masificante de prototipos rentables para un gusto popular mediocre, asustado y deprimido por las masacres mundiales que nos impusieron como “progreso”. Holliwood fue

la gran universalidad de un negocio audiovisual donde se experimentó todo lo experimentable hasta alfabetizar al público y domesticarlo en el uso, consumo y recreación de los lenguajes faranduleros. Hasta en la vida privada hacen melodramas.

Como en una especie de ópera filmada y sin canto, el cine repuso los mejores especímenes del *happy end* como regalo y destino cultural manifiesto para las generaciones venideras. La telenovela es su hija predilecta, aunque enana, que logró apretujar en sus entrañas toda la estirpe de esos bandoleros ideólogos del *star system*. (Música de violines cursis). *Soap ópera*.

La telenovela y la televisión adaptaron toda su herencia a un formato de consumo audiovisual que exigió inmediatamente tiempos y ritmos de lectura más cercanos a los consumistas de una clase social tipo, con preferencias tipo, sueños tipo y estéticas tipo. Por eso el sopor clasemediero que agobia con lo que tiene de más odioso, incluida su mediocridad. La telenovela no sólo pretende ser retrato de esa realidad sino que la ha inventado. A estas alturas uno no sabe si la gente se besa como quiere o como está de moda en la telenovela de turno.

La telenovela irrumpe en la intimidad de lo cotidiano con la llave maestra que le confiere la soledad del receptor, su ocio improductivo, la urgencia de mirar hacia afuera y por supuesto la realidad educativa que pesa sobre quienes no tienen oportunidad siquiera de comparar lo que se les ofrece con algo que valga la pena. Es una inercia remolino que ha venido abriendo el diámetro de su espiral para tragarse todo lo que puede en el menor tiempo posible.

Una telenovela se construye de la manera más inverosímilmente simple. Hay que conseguir actores dóciles (muchos ahogados por el desempleo) que trabajen a la altura de sus limitaciones profesionales y que por lo tanto dependan de su amistad y simpatía con quienes financian el proyecto. Hay que tener una historia que casi siempre sea adaptable al puntaje de audiencia verificable por los patrocinadores. Hay que darle un ritmo cuya repetitividad haga creer que se avanza. Hay que enredarlo todo hasta el sin sentido más desesperante, ponerle algunos efectos especiales y negarle toda idea de calidad que se rebele a tanto lugar común literario y audiovisual. Pero sobre todo hay

que tener patrocinadores y una descarga de publicidad que insista hasta la saciedad en que la historia en cuestión es la mejor, la más lograda, la nunca vista y la que dejará satisfechas las ensañaciones del público. Repetirlo, repetirlo hasta que alguien lo crea, por cándido o por cansancio.

Muchos de los éxitos logrados por la telenovela tienen ocasionalmente detalles dignos de mención en lo muy particular de los avances técnicos. Algunas veces cierto atrevimiento ideológico o erótico, el uso de palabras antes vedadas y no pocos trucos de imagen, son producto de una inercia competitiva que en el género acicatea la conquista de público y patrocinios. Lo temático profundo, la realidad de la vida cotidiana, las problemáticas sociales, políticas, económicas, educativas y culturales brillan por su ausencia en la dramaturgia telenoveler. En tantos años ya no es casualidad.

Pero dígase lo que se diga, la fascinación que la telenovela ha producido sobre los públicos rebasa el cálculo más optimista o trágico según se vea. Ni la comunicología ni la publicística, la sociología, la ciencia política, la antropología o la futurología, sospecharon el fenómeno telenoveler y su despliegue expansivo que en los años más recientes ha trascendido unas fronteras y otras. Ya no es posible producir telenovelas con criterios locales o regionalistas. Hoy el discurso se planea globalmente para que la traducción no presente dificultad de interpretación cultural. La uniformidad de moda.

O la calidad de la telenovela reina con la potencia invasora de discursos que en otros tiempos tuvo el cinematógrafo. O en otros países tradicionalmente consumidores de melodramas escasea el producto. O hay más demanda. O la telenovela se ve como *neoturismo* morboso para conocer “otras culturas”. O de plano la standardización de la cultura llegó antes de tiempo a los excesos que siempre temimos.

#### **u) La niñez es un gran mercado**

Es grotesco el pan televisivo al que sometemos diariamente a os niños. La tragedia de los niños. Dalí dijo que “los Norteamericanos tienen el tiempo demasiado rígido, adoran la sangre y odian a los

niños”. Todo parece indicar que las economías dependientes están asimilando tamaña herencia. No se explica de otra manera la actitud permisiva con que contemplamos esa dosis de violencia gratuita e inmisericorde descargada diariamente sobre las conciencias infantiles de toda América.

Ese discurso de la violencia, publicitado bajo todos los medios y modos posibles, es tarde o temprano, proyecto ideológico fracturador de estructuras psicológicas en los pueblos. Sistema de amedrentamiento rentable sembrado para inmovilizar expresiones en desacuerdo con las calamidades colectivas o privadas. En medio de las objeciones que se pueden presentar a Dalí uno debe acordar con lo contundente de su síntesis crítica. O ya es muy tarde.

Esa violencia que “El Policía del Mundo” abandera a toda costa, se deja sentir en lo obvio como en lo subliminal, para convencernos a ultranza sobre los poderíos absolutos que pretende globalizar. Rambo y Fujimori hermanan sus habilidades en una cruzada que, al estilo más puro del *show bussines*, impresiona la idea que del mundo quisiéramos forjar en nuestros niños. Crean el marco perfecto para la agresión protagonista aplaudida, y se paga en millones de dólares y conciencias.

Que los niños asalten a los adultos, que incendien casas y automóviles, golpeen maestros y compañeros, acudan armados a las escuelas y violen en grupo a sus compañeras, retrata descarnadamente moral y espíritu de sociedades en crisis, desarticuladas emocionalmente, caotizadas en la formación de principios fundamentales para la convivencia grupal e hipnotizadas con sangre derramada por héroes, que lo son, en tanto mayor violencia generen para dominar y explotar individuos o pueblos. Bonita historia.

Pero la inyección ideológica mayor de la violencia que los niños maman frente a la tele tiene como objetivo principal desbordar todos los ámbitos puramente formales para entrar en planos más profundos, convertida en discurso nítido con ejes muy precisos. En orden diverso se trata de convencerlos de que nada es posible en contra de hegemonías, poderes y propiedades dominantes; que lo propio vale poco; que todo lo que se intente en el disenso está condenado al

fracaso o a la represión; que tarde o temprano poder es sinónimo de fuerza; que uno se equivoca cuando pretende cambios y que el que tiene la fuerza tiene la razón. No es poca cosa. Los niños lo miran durante muchísimas horas de todos los días en dibujitos animados, historias de vengadores militarizados, diálogos, debates y noticieros. Violencia gratuita, desentusiasmante ante todo cambio que reponga la justicia, aunque se use como coartada de intereses nunca declarados abiertamente. ¿Dónde están los ministerios de educación, las escuelas de comunicación, asociaciones de padres y leyes de medios para ofrecer programas nacionales de resistencia contra tanta violencia inducida? Desde el “Chavo” hasta la información periodística más aparentemente seria, existe una complacencia monumentalmente despiadada que se contenta con los “horarios de protección al menor” como si con ello quedasen conjurados los interdictos ideológicos de la violencia que nos invade. Esa violencia genera otras violencias. Genera descargas agresivas que viajan descontroladas por todos los rumbos de la conciencia. Unas por imitación, bajo los cánones más colonizados, casi sin remedio en la psicología social de nuestro tiempo. Por ello incluso hay mujeres y niños golpeados permanente e impunemente. Otra violencia trabaja convertida en depresión galopante en niños callejeros, prostitución, robo y crimen consuetudinarios, en medio del desempleo, explotación e indolencia ante el dolor social y falta de futuro. Pero hay otra actitud que puede ser activada contra la violencia de los medios en defensa de la salud mental infantil.

Es la actitud organizada inteligentemente, que contra la *apología del delito*, rearme estrategias para contrarrestar los efectos devastadores de la violencia yanqui. Son muchas las fuentes históricas de la violencia, mucha la filosofía y sociología escritas. Pocas las acciones efectivas conocidas.

Porque estamos en el centro de una guerra ideológica se requiere un estado de maduración social dispuesta a participar dinámicamente para contrarrestar el esquema ideológico de aquella violencia que deja dividendos incalculables en los bolsillos de ciertos magnates fabricantes de programas televisivos, armas y miseria. Juguetes, vocabularios,

comics, corrupción, impunidad y hambre, sumados o potenciados por los discursos mediáticos, pueden desatar otra violencia que un día nadie controlará. Ni con el *zaping*.

### **v) Para leer el Chavo del Ocho**

Laberinto en el valle de lágrimas televisivo

Todo va mal con el “Chavo del Ocho”. Sobre su cabeza, literalmente, con un embudo de impunidad histórica, se descarga un baño de violencia, injusticia, abandono, atraso, miseria y alienación. Uno mira al “Chavo”, sin familia, sin casa, sin contención social... golpeado por una Historia, familiar, económica, política... de clase, que nadie parece conocer, y donde se llora, como corolario del destino, en el laberinto de las hipocresías. “Don Ramón” es un desempleado verdugo. Todo mal.

México tiene, aproximadamente, 30 millones de niños<sup>21</sup>, según datos oficiales no poco contradictorios. Hay en el D.F. 500 mil viviendo en las calles<sup>22</sup> de un mundo con 6,372,240,030[3] de habitantes y donde existen 650 millones de niños en pobreza, 150 millones en situación de calle, 250 millones realizan trabajo infantil, 120 millones no van a la escuela<sup>23</sup>. El “Chavo” es uno, pero multi-televisado.

Roberto Gómez Bolaños, autor y actor de las “aventuras del Chavo de ocho” no es, por supuesto culpable del drama que viven los niños en y de la calle y tampoco es uno de ellos. Pero su personaje, que ocupa tantos espacios en las pantallas televisivas latinoamericanas y en los imaginarios de niños y adultos, ocupa un lugar problemático que permite ver los trasfondos ideológicos de ciertas concepciones mercantiles en los monopolios *mass media*. Bolaños produce, apoyado por uno de los monopolios mediáticos más cuestionables, (y viceversa) un producto de consumo comunicacional armado con estrategias escénicas, tecnológicas y publicitarias en un mercado mediocre que se regodea impunemente frente a sociedades colonizadas y devastadas por la miseria<sup>24</sup>. Hace aproximadamente 30 años el “Chavo” va y viene, con homenajes y todo, paseándose por toda América Latina<sup>25</sup>. No pocos sueñan con canonizarlo.

Eso de hacer negocio con el dolor de los desvalidos tiene tradiciones de tipos muy diversos. El recurso del “golpe bajo” tan apreciado por las estrategias publicitarias, basado en abonar el terreno de la ternura para sembrar las moralejas de la resignación, no nació con el “Chavo del ocho”. Se trata de un Caballo de Troya. Es común encontrarse con audiencias enternecidas por un niño desvalido que vive, milagrosamente, de la caridad posible en una vecindad de barrio. Ternura medida con la vara de una herencia cultural melodramática y naturalista que deja descubrir en la miseria y los miserables ciertos rasgos de hermosura humana, a pesar de los pesares.

Todos los personajes, que comparten con el “Chavo” sus aventuras en el reino de las desigualdades, son personajes en crisis. Trasminan inconscientemente todo lo que niegan de su realidad política para afirmarse una realidad de raiting. Son fantasía, incluso de sí mismos, iluminada con destellos de otra realidad más cruda que bien filtrada y purificada no mancha, con sus dramas de clase, la perfección de un micro mundo encerrado en sus trampas. Especie de esquizofrenia producida para salvaguardar la inocencia de los personajes y su público. Moral de patriarca.

Se trata de un mensaje de clase. En los micro-mundos felices de la miseria mediática, donde habitan muchos Chavos y compinches, el rol de los pobres es trabajar y contribuir con su resignación para una convivencia pacífica con los patrones y las autoridades. Resignación funcional que abarca a las buenas costumbres, los honores a la bandera, el culto al buen burgués, la puntualidad en la fábrica y especialmente la docilidad entre sonrisas, buen humor, voluntad inquebrantable para el trabajo y distancia... mucha distancia con el paisaje burgués. Mucha ternura pero que no se afee el panorama.

Semejante estética de la ternura da como resultado un principio de complicidad a-crítica que termina levantando silencios para esconder culpas. El chantaje hecho diversión. Cuestionar al “Chavo” no es ofender gratuitamente a las personas que lo miran. Es interrogar aquello que individual y socialmente se promueve con el espectáculo de la miseria que lleva tantos niños a vivir de y en la calle. Cuestionar al

“Chavo” implica interpelar los mecanismos, (cualesquiera que fuesen) para conquistar feligreses y fans.

Cuestionar al “Chavo” no implica traicionar a quienes lo disfrutan, incluidos nuestros hijos, pero implica interrogar e interrogarnos el por qué ese entretenimiento televisivo basado en la violencia contra un niño callejero, tierno y todo, divierte; por qué tanta fama, éxito y regalías, por qué tanta repetición y tanto homenaje. Qué retrata de nosotros, qué nos impone, qué no sabemos y deberíamos saber. Cuál es el negocio y cuánto nos cuesta, en todos sentidos.

Es preciso desmontar la actitud permisiva con se produce y consume la ideología estética de esa violencia gratuita e inmisericorde descargada diariamente sobre las conciencias infantiles. Discurso publicitado bajo todos los medios y modos posibles que fractura estructuras psicológicas y estados de ánimo. Discurso para el amedrentamiento rentable que se siembra para inmovilizar expresiones de desacuerdo con las calamidades colectivas o privadas. Nunca es tarde. Aunque parezca inocente.

Con el “Chavo” se crea un marco perfecto para la agresión protagonista que es aplaudida incluso por las risotadas grabadas al remate de cada chiste. Agresiones que se pagan en millones de dólares y conciencias. Marco perfecto para que parezca normal que los niños asalten, incendien casas y automóviles, golpeen maestros y compañeros, acudan armados a las escuelas. Marco perfecto dentro del marco ampliado de sociedades en crisis, desarticuladas emocionalmente, caotizadas por la anarquía económica, la corrupción impune, el saqueo de materias primas y trabajo como principios fundamentales para defender el quietismo, para que nada cambie, que el sistema no se caiga. Bonita historia.

Pero la inyección ideológica mayor tras la estética de la ternura en el “Chavo” es la violencia cultural que los niños maman frente a la tele. Tiene como objetivo principal desbordar todos los ámbitos puramente formales para entrar en planos más profundos, convertida en placer por un discurso que tiene ejes muy precisos: convencerlos de que nada es posible en contra de hegemonías, poderes y propiedades dominantes; que lo propio vale poco; que todo lo que se intente para el cambio está condenado al fracaso o a la represión; que tarde o tem-

prano poder es sinónimo de fuerza ajena; que uno se equivoca cuando pretende cambios y que el que tiene la fuerza tiene la razón. No es poca cosa.

Esa violencia que el “Chavo” protagoniza y padece, no sólo por los golpes, los insultos y los pastelazos... tiene contactos y complicidades con otras violencias que viven descontroladas por todos los rumbos de la conciencia individual y social.<sup>26</sup> Hay violencia en mujeres y niños golpeados permanente e impunemente. Hay violencia en niños callejeros sometidos a la prostitución, el robo y crimen consuetudinarios, en el desempleo, explotación e indolencia ante el dolor social y falta de futuro. Hay violencia en el endeudamiento usurero, en los noticieros, en la invasión imperialista a Irak, en la corrupción electoral, en la corrupción empresarial... Para el “Chavo” la violencia del entorno, latente o patente, es condición de vida. Aunque la distribución social de la violencia en cada capítulo del “Chavo” tenga desequilibrios propios de verticalismo autoritario, aunque algunas veces el “Chavo” tenga arrebatos violentos contra otros personajes, es ineludible el retorno de una violencia mayor capaz de regresar al “Chavo” al lugar justo que la tragedia televisiva le deparó en el reino de la resignación. El “Chavo” aguanta todo porque para eso está. Es su misión doctrinaria y catalizadora.

### **w) Intimidaciones de la publicidad**

Hay que andar con pies de plomo cuando se incursiona en temas relativos a la intimidad, anatomía o fisiología femenina por lo frágiles que son las fronteras entre el desenfado y la ofensa. Seguramente hablar, publicitar o comercializar toallas femeninas disgusta a más de una sensibilidad, mientras a otra, le parece de lo más “natural” y cosmopolita, mantener informada a la población sobre los tipos, tamaños, diseños y virtudes de un artefacto “higiénico”, “inocente” y “práctico” Dime qué toallas usas y te diré quién eres.

Fetichizadas por la cultura de masas, para cumplir con sus liturgias mercantiles, las toallas femeninas son algo más que discretos y absorbentes solucionadores de *bochornos* mensuales. Se las asocia con tér-

minos y conceptos que en su ambigüedad eufemizan trasfondos de intenciones mercadológicas bastante poco fieles a las problemáticas verdaderas de las mujeres. Confort, modernidad, seguridad, status y cientos de sucedáneos verborrécicos manoseados para consolidar un *estilo* casi clásico en la publicística contemporánea. Imagen de individuos estandarizados, prototipo de los valores más superficiales. Identidad femenina desechable.

Lo que es acontecimiento cíclico de la naturaleza y expresión enigmática de la fertilidad se cubre con discursos moralistas y maniqueos evidenciados cuando, por oposición aparente, se esgrimen ideas de *limpieza, discreción, femineidad, realización y dinamismo*. La moraleja sigue siendo todo lo contrario. Detrás de la *naturalidad* aperturista con que se ofrece el discurso propagandístico se agazapa la ideología que ha hecho de la menstruación materia de satanizaciones brutales. Es el discurso que sobreentiende la sangre mensual como sinónimo de suciedad, animalidad, fealdad y peligro. Es el discurso de las consejas oscurantistas reaccionarias y represivas que siempre estigmatizaron a la mujer durante sus períodos menstruales. Es la ideología sometedora que apetece insistir en que ahora, para paliar el efecto *desagradable* producido por la “regla”, y para ser “libre”, “dinámica”, “segura” y más mujer hay que usar productos novedosos, garantía de discreción. No hay apertura, hay ocultamiento sofisticado.

Tal vez para muchas mujeres, efectivamente, el uso de algunas soluciones ofrecidas por las toallas femeninas, alivien más o menos, las *incomodidades* menstruales que no todas sufren. Seguramente la investigación ha logrado avances que en términos de materiales, formas y costos resuelven lo que en otro tiempo fue asumido de manera distinta. Pero lo que debe ser atendido es asunto específico del desempeño cotidiano femenino con sus realidades y necesidades en sociedades misóginas incapaces de abanderar el respeto generalizado. Comenzando por su naturaleza.

La menstruación no es una “maldición divina”, no es “suciedad” ni “mancha” en la dignidad. No tiene por qué ser ocultada, disfrazada, camuflada o eufemizada para tranquilizar a esperpentos asustadizos que se inquietan por toda manifestación orgánica. Hay que poner-

lo en claro aunque parezca ridículo en pleno exitismo posmoderno neoliberal. Aún hoy en nuestras sociedades están presentes los mitos e ignorancias que marginaron a las mujeres por el hecho de menstruar. Se las apartó de los cultivos porque eran sospechosas de perjudicar las cosechas. Se las encerró en habitaciones especiales porque en períodos menstruales eran portadoras potenciales de enfermedades y calamidades en todo orden. Se las miró con desprecio porque “olían mal”, porque estaban “poseídas”, porque eran portadoras de “pecados originales” asociados con la “sangre sucia”.

No es gratuito el peso de esa vergüenza atávica generada en las mujeres y no es casual que en la historia de su sometimiento esclavizante, algunos mitos de la menstruación sirvieran como puntales enfatizadores de tanta culpa descargada ferozmente en su contra. Pero la base de toda estigmatización y marginación de las mujeres está en la lucha de clases y no en el género. No nos mintamos.

Por la menstruación las mujeres también son víctimas de chistes morbosos, de incompreensión laboral y familiar, de sospechas y menosprecios que bien merecerían poner en tela de crítica a la sociedad entera. No se admite ni respeta el impacto general que sucede mensualmente sobre al estado general del ánimo, el rendimiento, los trastornos emocionales ni las revoluciones psicofísicas originadas durante los estadios premenstruales, menstruales y postmenstruales.

Aunque según algunas mujeres es mucho lo que se exagera. Publicísticamente, se ha hecho del fenómeno, deporte demagógico audiovisual que tiene como coartada cuanto estereotipo se imagine. Juegan a la *suavidad* más cursi, propia del engaño pudoroso que se escurre entre imágenes y frases, prudentemente atrevidas y mojigatamente aperturistas.

Hacen protagonizar a la mujer el rol de esa *heroína* vencedora de su vergüenza ancestral, en favor de un “mundo feliz” e higiénico, posible sólo si se engancha mensualmente (y para siempre) con el consumo del fetiche mercantil anunciado. Se da un tratamiento histórico a ese *antes* y *después* fronterizado por el uso de una toalla que en su sequedad escurre promesas jugosas de modernidad, aceptación y discreción.

Avergonzar a los demás ha sido siempre *buen negocio*. Pregúntese a los comerciantes del pecado y la culpa. Por si fuera poco, el microclima ideológico posicionado por la publicística para crear un círculo vicioso entre la imagen femenina aceptada, “juvenil”, y “abierta”, con el pasado tenebroso del estigma, genera dependencias subliminales costosísimas para la sociedad. No omitamos el problema ecológico.

A una población desinformada sexológicamente, engañada con el *manual* del usuario feliz para los genitales, (perpetrado por los genios del control poblacional) y asustada con el *pandemónium* del SIDA, - más toda la herencia culpígeno religiosa y terapéutico redencional le quedan pocas escapatorias. Tiene ante sí, la inteligencia mercenaria de quienes sólo quieren vender con eficiencia a cualquier costo lo que sea. Y se enriquecen impunemente.

Cada toalla femenina es además portadora de un principio consumista perfectamente inoculado en el paquete ideológico que la soporta. La oferta y la demanda apuntaladas con mercados copados, doctrinarismo publicitario, densidad poblacional y ciclicidad orgánica son plato magnífico donde se relamen los bigotes ciertas marcas. ¿Dónde estarán todas las alternativas ideadas para el caso y dónde las políticas sociales de quienes no pueden ignorar la dimensión del tema? El gato cuida la carne.

Si las toallas femeninas son prácticas, cómodas, y liberadoras lo son por su carácter funcional y no por el fetiche mercantil y mediático en que se han convertido. Ni agregan ni restan personalidad a la usuaria. ¿Por qué no son prestación laboral adicional?

Pisar con pies de plomo los temas vinculados a la intimidad, sexualidad y fisiología femenina sirve de mucho para pensar en las susceptibilidades no por sexuales o de género sino por dignidad humana. Las fronteras entre lo cierto y lo falso son frágiles, la impunidad galopante, la desinformación pan diario y la crítica paupérrima. Lo único que no podemos hacer ante esto es tirar la toalla.

#### **x) El chisme como *show***

Son grotescos también los *talk shows* los *reality shows*, y los la dictadura del *rating* que soporta guerras civiles publicitarias en refrigeras

mediáticas donde se hace con chismes farandulero bocadillos cotidianos para el apetito del morbo común. Esos chismes que diariamente se consiguen o inventan para hipnotizar paladares *vouyeristas*, construyen a su modo repertorios de leyendas decadentes atravesadas con intereses mercantiles. Poco o nada importa la proximidad del chisme con la verdad... la realidad. Para el chismoseo farandulero, la quintaesencia es el show de la intimidad ajena, ventilada socarronamente (con permiso o sin él) de los interesados. El chismoseo mediático pertenece al paraíso de la charlatanería ambigua del capitalismo. Su tráfico de informaciones e influencias recorre todos los campos de lo manoseable para instalarse indefectiblemente en el trono de la cobranza monetaria y política. El chisme mediático es una mercancía.

La chismología *mass media* posee esa estética ambivalente que siempre abre zonas muy cercanas a la calumnia. Todo se pinta con sospechas, certezas relativas, intuiciones morbosas o indefiniciones exageradas. Muy a su pesar el chismorreo mediático tiene límites no necesariamente éticos. Obligado a la exageración, la sobreactuación, el escarnio, la vulgarización y la calumnia el reflujo informativo de los chismos mediáticos cierra un círculo vicioso entre la inercia del negocio, la cultura del espionaje, los devaneos del *star sistem* y la apología de la mediocridad. Y entonces reina la estupidez arropada con frivolidad.

Toda la chismología mediática deviene de potenciar como deporte promiscuo cierta necesidad morbosa por meter la nariz en las vidas ajenas. Especialmente si las rodea la fama. Su éxito deriva de una trampa doble. Faculta la intromisión moralista y ahorra el peligro de abrir la boca y ser identificados. El emisor y espectador de chismes mediáticos se sumergen en masturbaciones anónimas. Sin correr peligro. Son otros los que juegan con las palancas del poder, otros los que expanden el morbo a cambio de una complicidad mercenaria que aguarda vorazmente sus bocadillos chismosos. Vengan por donde vengan.

Con una alegría inefable, que por enfática suele parecer falsa, la vocación de producir mensajes televisivos radiofónicos o impresos es, hasta el hartazgo, repetitiva. Todos son iguales, todos se copian a todos incluso se plagian, se autoinspiran y se reflejan. Como un Narciso de mil cabezas que mira a un gemelo Narciso con mil cabe-

zas llamado público chismoso. Locutores, reporteros, escritores y demás profesionales de la comunicación chismográfica, obligados a convertir en noticia de *rating* cualquier banalidad, rebuscan cuanta ampulosidad sintáctica está a su alcance. La prenda amada es convertir todo en escándalo.

Y efectivamente hay una tomadura de pelo subyacente en el modo de promover, seducir y convencer a la clientela mediática. Hay subestimación de la inteligencia, hay tergiversación de datos, hay impostación, exageración, pose, pedantería y soberbia. Todo junto y con frecuencia insalubre. Y a toda hora.

La dictadura del *rating* en las refriegas mediáticas hace con el chisme farandulero bocadillos cotidianos para el apetito del morbo común. Esos chismes que diariamente se consiguen o inventan para hipnotizar paladares *vouyeristas*, construye a su modo repertorios de leyendas decadentes atravesadas con intereses mercantiles. Poco o nada importa la proximidad del chisme con la verdad...la realidad. Para el chismoseo farándulero, la quintaesencia es el show de la intimidad ajena, ventilada socarronamente (con permiso o sin él) de los interesados. El chismoseo mediático pertenece al paraíso de la charlatanería ambigua. Su tráfico de informaciones e influencias recorre todos los campos de lo manoseable para instalarse indefectiblemente en el trono de la cobranza monetaria y política.

La chismología *mass media* posee esa estética ambivalente que siempre abre zonas muy cercanas a la calumnia. Todo se pinta con sospechas, certezas relativas, intuiciones morbosas o indefiniciones exageradas. Muy a su pesar el chismorreo mediático tiene límites no necesariamente éticos. Obligado a la exageración, la sobreactuación, el escarnio, la vulgarización y la calumnia el reflujo informativo de los chismosos mediáticos cierra un círculo vicioso entre la inercia del negocio, la cultura del espionaje, los devaneos del *star sistem* y la apología de la mediocridad. Y entonces reina la estupidez arropada con frivolidad.

Toda la chismología mediática deviene de potenciar como deporte promiscuo cierta necesidad morbosa por meter la nariz en las vidas ajenas. Lógica y estética policíaca. Especialmente si las rodea la fama.

Su éxito deriva de una trampa doble. Faculta la intromisión moralista y ahorra el peligro de abrir la boca y ser identificados. El emisor y espectador de chismes mediáticos se sumergen en masturbaciones anónimas. Sin correr peligro. Son otros los que juegan con las palancas del poder, otros los que expanden el morbo a cambio de una complicidad mercenaria que aguarda vorazmente sus bocadillos chismosos. Vengan por donde vengan.

Con una alegría inefable, que por enfática suele parecer falsa, la vocación de producir chismes televisivos radiofónicos o impresos es, hasta el hartazgo, repetitiva. Todos son iguales, todos se copian a todos incluso se plagian, se autoinspiran y se reflejan. Como un Narciso de mil cabezas que mira a un gemelo Narciso con mil cabezas llamado público chismoso. Locutores, reporteros, escritores y demás profesionales de la comunicación chismográfica, obligados a convertir en noticia de raiting cualquier banalidad, rebuscan cuanta ampulosidad sintáctica está a su alcance. La prenda amada es convertir todo en escándalo.

Y efectivamente hay una tomadura de pelo subyacente en los modos de promover, seducir y convencer a la clientela mediática. Hay subestimación de la inteligencia, hay tergiversación de datos, hay impostación, exageración, pose, pedantería y soberbia. Estética burguesa. Todo junto y con frecuencia insalubre. Y a toda hora.

### **y) Memorias del olvido: Filosofía documental**

*Chiapas: el estado de la memoria en la memoria del Estado*

México es un rompecabezas de espejos interrogantes donde las contradicciones históricas se multiplican en desigualdades. Juego de espejos rotos, partidos en clases históricas. Interrogación también de espíritus que toman por asalto la memoria para hacerse cargo del futuro. País de espejos líquidos, territoriales y sanguíneos, teñidos con escaramuzas de olvido, subterfugios y exhumaciones. Tensión de imágenes en lucha. 1994 encontró a los mexicanos borrachos (entre otras cosas) de navidad, año nuevo y sobredosis de TLC<sup>27</sup>. Nos despertó temprano la historia con sus viejas-nuevas bocinas de revolu-

ción llegadas, esta vez, desde Chiapas<sup>28</sup> espejo, fondo y deseo: indígena, armado y zapatista. 1994 trajo, incluso, una bofetada revolucionaria y amorosa. Que duele y despierta, tal cual. 1994 nos encontró desorganizados, desanimados, sometidos y dóciles. ¿Cómo aguantamos tanto?

*Si las voces que escriben la historia hablan de descompás, es porque la voz de los oprimidos no habla... todavía. No hay calendario histórico, nacional o regional, que recoja todas y cada una de las rebeliones y disconformidades contra el sistema impuesto y mantenido a sangre y fuego en todo el territorio nacional...* (Subcomandante Marcos, agosto de 1992. Ajoblanco)

### **z) Hechos concretos**

Carlos Salinas de Gortari, y su comparsa, gerenció, bajados los pantalones, el delirio de esa burguesía que sueña con ser socia del Primer Mundo a cualquier costo... que ellos no pagan. Ganó su sitio en la memoria por regalar materia prima y mano de obra. Imponer el Tratado de Libre Comercio, fue obra cumbre de lebreles obedientes educados en la tradición político-económica de Porfirio Díaz y actualizados en los nuevos- viejos circos financieros internacionales disfrazados de todo, incluso de universidades.

México 2003, en pleno TLC: 120 millones de habitantes, 50 % de la población debajo de la línea de la pobreza. Millones huyendo del hambre mexicana, hacia el hambre en USA. Enfermedades descontroladas, analfabetismo, desempleo, endeudamiento, corrupción política, militar, empresarial, eclesiástica... Hospitales, escuelas, ciudades devastadas.<sup>29</sup>

### **aa) Hacer memoria para recordar el futuro**

Documentar el zapatismo plantea problemas. La historia documental zapatista elaborada con estrategias que actualizan el pasado en futuro concreto, problematiza a historiadores e intelectuales afines y conexos. La idea de memoria en los zapatistas no se arrastra tras las

migajas de recuerdos más o menos fieles ni tras la prueba de hechos legible antojadizamente. Lo que se documente sobre la revolución zapatista como fuente confiable para los investigadores históricos ha de ser la derrota efectiva y contundente de toda forma de explotación. Derrota que es victoria de los zapatistas. O sea pues, su poesía.

En las imágenes documentales hay siempre manufactura como estrategia de proximidad y descubrimiento donde el documentalista tiene como misión fundamental “mostrar”, “exhibir”, “hacer evidente”. Esa manufactura pone a prueba nuestra ignorancia e inocencia en la vorágine contemporánea de lo “visible”. Pone a prueba al modo hegemónico de producción de imágenes y sus intereses, frecuentemente infiltrado en las herramientas metodológicas del documentalista, para insuflar afluentes doctrinarios no elegidos, consensuados o cuestionados tras la fascinación posible de lo Imaginado.

Para acabar con la tentación de convertir a cada documental en “cultura” o en economía de la moral burguesa, es necesario que el documentalista esté dispuesto a rehacerse históricamente bajo la fuerza histórica concreta de los actores sociales y su tensión con la realidad. No al margen y no encima. Es decir, rehacerse críticamente con un modo de producción de imágenes documentales distinto, en ideas y práctica, a cualquier modo de producción documental alienante. La memoria (filmada, fotografiada, escrita) debe ser instrumento de transformación, no archivo muerto. Los recuerdos y testimonios zapatistas no yacen bajo lápidas cronológicas ni son epitafios del ser; no sólo no tienden a borrarse sino que se actualizan y desarrollan asociados a otras funciones múltiples de manera integral, totalizante y dialéctica. Salvo casos patológicos no hay razón para desconfiar de la memoria cuando ésta se impulsa en un programa vivo de vida libre y no alienada.

Los documentales zapatistas al lo largo de su historia, y en ejercicio pleno de muchas contradicciones, deben indagar el idioma testimonial de la memoria viva que insiste en trabajar por y para el futuro libre. Se trata de una producción revolucionaria e histórica (1910-2003) en búsqueda de la verdad por consenso, sin extorsiones o chantajes, nacionalistas, comerciales o teológicos. Fuera y dentro de lo

oral y de cualquier reflejo parcial de toda historia que se pretenda relato único generalmente autoritario y demagógico.

¿Qué documentar, cómo, para qué, para quién?

Hay que documentar el nacimiento de la organización, sus programas, limitaciones y desafíos. La organización no es un vocablo gerencial... es una categoría lógica de la praxis transformadora. Es un salto cualitativo. Si la miseria, la barbarie y la explotación es “nuestra realidad económica, política y cultural” es decir la que nos imponen, si es éste el “patrimonio” que heredamos y heredaremos, si es éste tendal de desolación y muerte el punto desde donde debemos pararnos, porque no hay de otra, para recuperar la vida, sus goces y su desarrollo libre... ¿con qué herramientas trabajaremos?

Ya los zapatistas<sup>30</sup> (desde 1910 y hasta el presente) han apuntado repuestas a esta pregunta. Trabajar, luchar, con todas las herramientas y armas que seamos capaces de ganar, conquistar y arrebatar. También con las que seamos capaces de inventar o crear. Con las armas de la teoría y las de la agronomía, con las armas de la cultura y las del cultivo. Con las armas de la crítica y la autocrítica. Con el arte, con la ciencia, con la filosofía y con la poesía. Con documentales incluso. Con los obreros, los campesinos y los indígenas. No adelante, no arriba de ellos.

Zapata, la revolución zapatista, los zapatismos todos desde 1910, han motivado de manera particular la investigación y la producción documental<sup>31</sup>. Historiadores, científicos, cineastas, ecologistas, videastas, pintores, fotógrafos, luchadores sociales... incluso policías, militares y espías han generado un repertorio de experiencias documentales subordinadas por los intereses más disímolos y contradictorios. Dentro y fuera de Chiapas. Una clasificación, no necesariamente exhaustiva, nos dejaría ver cuáles producciones documentales han sido producidas por zapatistas, con zapatistas o sobre zapatistas. Para qué y bajo qué banderas. No es cosa menor.

La revolución zapatista fue y es lucha política de campesinos e indígenas sobre mucho más que asuntos agrarios. No menores. Se trata de una revolución que exige el final las haciendas de todo tipo con un Plan de Ayala que ha evolucionado de manera desigual y combinada tras un proceso largo para modelar programas sociales sin explotación. No sin contradicciones serias. Se trata de una Revolución friccionada históri-

camente con sus propias potencias en condiciones feudales, con una masa campesina e indígena no proletarizada pero rebelde, una fuerza industrial incipiente trabada en conflictos con los obreros de ese tiempo que enfrentaban las condiciones miserables de su trabajo. No pocos muertos. Desde 1911 hasta hoy los zapatistas son protagonistas de la historia latinoamericana aunque se hayan hecho todos los esfuerzos por omitir su imagen de la historia. Acaso una de las victorias históricas más grandes del zapatismo ha sido su capacidad de afianzarse y apropiarse de una memoria viva, de acción directa, gracias a documentarse a sí mismos con las armas de las tradiciones orales, canciones, fiestas populares, ritos y leyendas hasta películas, videos, Internet, bailes, encuentros, comunicados y posdatas. También con las armas de fuego y con las comunidades autónomas ganadas.

Muchos afirman que por las noches, en la sierra y la montaña, a todo galope y seguido por su ejército, cabalga Emiliano Zapata. Pasa como rayo entre el estruendo de caballos fulgurantes e ilumina la noche. Dicen que después se produce un silencio monumental, que ni siquiera los grillos cantan, que se tiende un manto de reverencia donde se recuestan las esperanzas a parir un día nuevo. Cuentan que es una paz certera, que llena los corazones con murmullos de rebelión y augurios buenos, que los niños se duermen tranquilos y los ancianos sacan a pasear sus mejores recuerdos mientras se fuman un cigarrito de promesas revolucionarias. Dicen que sobre el horizonte el general Zapata se detiene siempre, echa una mirada de ésas que sólo él tiene, revisa el universo, respira profundo y acicatea con fuerza su caballo para seguir el galope.

Dicen que la luna ilumina y hace brillar los adornos plateados de su traje, que parecen estrellitas sobre el firmamento de la esperanza, que se quedan ahí durante muchas noches hasta que el general vuelve a pasar. Dicen que Zapata siempre se va por el mismo camino, que se pierde entre las milpas más altas donde está el maíz más grande. Que la noche se pinta con el olor de yerba mojada y sopla una brisa fresca como beso de futuro. Lo dicen y no son pocos. ¿Será verdad?

Especialmente el zapatismo que levantó su vieja-nueva voz el primero de enero de 1994 ha producido con su práctica imaginarios movilizadores que entre correos electrónicos, videos, audios y mar-

chas, amasa una riqueza de imaginarios extraordinaria. La producción documental nacida al calor de los primeros balazos en 1994 con sus incontables entrevistas, fotos, sonidos etc. Sirvió fundamentalmente para fortalecer la lucha zapatista. La circulación mundial de documentos y documentales zapatistas, que en muy poco tiempo informó sobre la vigencia de la rebeldía, sirvió como arma revolucionaria y de resistencia aunque no faltaran los arribismos más diversos incluso los que sólo querían fotos con Marcos. Unos quisieron usar al zapatismo para cubrirse de gloria revolucionaria y mesianismo indigenista neo ecológico. Otros quisieron documentar las acciones zapatistas para construirse nombre a la sombra de la construcción comunitaria de los soldados zapatistas. Algunos, rápidos, pidieron y consiguieron becas para estudiar lo indígena y lo exótico. No faltaron los espías del gobierno, de la iglesia, del ejército nacional o importado.

**bb) ¿Hacia dónde hay que apuntar cámaras, micrófonos... lápices?**

Contamos con el futuro inmediatamente.

No hay territorios neutrales, no hay zonas eclécticas. Queda claro con la documentación del alzamiento zapatista que lo primero que hay que ganar es claridad en el terreno de la lucha. El documentalista no es asexuado. En las condiciones extremas donde se lucha contra la miseria, en Chiapas o en cualquier lugar... se sirve a la emancipación contra el capitalismo o se sirve al capitalismo a pesar de los inventos ideológicos que se pergeñen para argumentar “objetividad”, “imparcialidad”, “serenidad”. Hay 70 mil soldados en espera de órdenes para asesinar a indígenas que luchan por su vida<sup>32</sup>. ¿Quiénes son los neutrales?

Hay mucha pose, snobismo y pedantería en muchos de quienes pasan por Chiapas haciendo obra documental. Nacionales o extranjeros. Algunos venden su obra, ganan festivales, editan, exponen y se olvidan. Y es lógico porque no es su lucha. Su lucha es otra aunque sea amargo aceptarlo a sabiendas del manoseo y uso que suele hacerse de personas y circunstancias. Están llenos de esto los canales de

televisión mercantil, los diarios, las radios, algunos museos y no pocas academias. Nadie puede ignorarlo.

No se es “bueno”, “santo” ni “progre” por documentar la vida indígena para exhibirla en festivales, muestras o congresos. “Praxis sin teoría, es decir, por debajo del estado más avanzado del conocimiento, ha de fracasar necesariamente [...]”. El documentalista no es ajeno. Sin teoría revolucionaria del documental y de la imagen no puede haber movimiento revolucionario del documental y de la imagen en general.

Mienten los que juran tenerlo claro. Está a la espera de ser documentado lo otro, lo excluido, lo invisible e ignorado, con su pensar y hacer como sobre toda idea de comunicación... Eso que ocurre en Chiapas, México, es a su modo poesía fulgurante, insurgente y revolucionaria que recupera terreno, su terreno. Recupera presente y futuro. Recupera personas, moviliza esperanzas y potencia espíritus rebeldes... revolucionarios. Estremece y cuestiona a olvidadizos, indiferentes o ignorantes en el mismísimo teatro de la crueldad neoliberal. Se mire desde donde se mire, recupera al corazón - ¿Qué imagen del corazón rebelde documentamos con su caudal revolucionario? En Chiapas, en Irak, en Argentina... La contradicción entre trabajo y capital sigue siendo central y fundamental. El conflicto entre trabajo y capital no es solamente un choque de intereses, sino que también involucra una contraposición de valores, principios y morales. El grado de claridad que pueda y deba ofrecer esto al trabajo de los documentalistas puede traducirse en acción organizada empeñada en ser eficaz y eficiente.

La realidad como relato documental puede ser una gran ficción en imágenes camaleónicas. Eso conlleva la necesidad de fincar soportes metodológicos recurrentemente ignorados por los vicios empiristas y criticistas. No hay tiempo que perder. Todo documental es limitado. El documental no es la revolución. No puede hacer un conocimiento y acción completos. Aun siendo consciente de la riqueza y variedad de vida social, el documentalista no debe olvidar que ésta se estructura de una particular manera y que su trabajo puede ser una contribución en la transformación de la sociedad y sólo eso. Necesitamos

saber nítidamente de qué lado estamos. *Vale. Salud y si sigue la memoria, no olvide usted tener a la mano una piedra de esas que tanto teme el Goliath neoliberal y que, como todas las piedras, no mueren...* Desde (las, piedras de las) montañas del Sureste Mexicano. (Subcomandante Insurgente Marcos. México Indio, febrero de 1998)

### **cc) Filosofía del Documental en Letras**

Hay en la escritura cualidades (entre otras y no siempre) documentales. Explícitas e implícitas. Con más o menos intencionalidad el oficio de escribir desarrolló un cierto carácter documental que aparece históricamente en textos de género distinto. Son, dicen, 5.000 años de experiencia. No es exclusivo del periodismo y no ocurre siempre en el periodismo. Y no es lo mismo historia de la escritura que escritura de la Historia.

No se trata de un “género documental nuevo”. Que sea posible documentar con letras es un hecho en las tablillas egipcias, los papiros y la escritura cuneiforme. De un modo u otro la historia de la escritura (que no es exclusivamente literatura) acumula ejemplos de cierta necesidad y vocación (social o individual) por documentar hechos que hacen a la ciencia histórica misma. ¿No dicen algunos que la historia nace con la escritura?

Para identificar las relaciones entre lo documental y la escritura convendría precisar cómo toda vertiente semántica, sintáctica y pragmática actualiza la lucha de las clases. El desarrollo de lo documental en la escritura ha sido también desigual y combinado. No basta con narrar hechos. No basta con hacerlos presentes en la página para validarlos como documental. El documental escrito se ve atravesado por los mismos debates teóricos metodológicos de todo documental.

Como opción para lo documental la escritura posee cualidades de orden múltiple que conviene apreciar de mejor manera. Se trata de una actitud y oportunidad ante la escritura, se trata de una “posición” no exclusivista que, de manera única o combinada, puede hacer apariciones frecuentes o esporádicas en los textos. Esto probaría, entre otras cosas que lo documental no es propiedad privada de lo audiovi-

sual. ¿Quiere esto decir que retrocedemos? No, quiere decir que es posible, avanzar, ampliar separarse de ciertos límites; de la verborrea de algunos burócratas académicos; de la vanidad farandulera de cineastas iluminados autoritarios y del mesianismo estatutario de las sectas, (pagadas o no). Quiere decir que es posible moverse libremente entre formas diversas, experimentar y explorar, si se toma el tiempo, hacia contenidos y estilos nuevos, tanto en documentalismo como en las demás actividades. Quiere decir negación a todo imperialismo de lo audiovisual sobre el documental sin negar el documental audiovisual. No está dicho todo.

Uno puede y (acaso debe) intervenir en su tiempo como pueda con lo que tenga para anunciar su grado de desacuerdo (y hartazgo) ante la miseria y la esclavitud humana. Uno puede y (acaso debe) intervenir en su tiempo como pueda con lo que tenga para anunciar su estado de beligerancia y energía para la solidaridad, las emociones, el amor y la transformación del mundo. Con cinta magnética o rollo fotográfico, celuloide, cámara, papel o lápiz. Uno puede y, por qué no, debe, intervenir los géneros, los modos, las formas... para hacerlos o rehacerlos al antojo dinámico de cierta creatividad dialéctica que toma lo que hay para impulsar su desarrollo. El documental en letras ofrece una oportunidad excelente. La palabra no expresa sólo significados tiene, además, valor sonoro, pero, la palabra más cargada y más sonora no puede significar más que lo que se ponga en ella. Y la realidad, con sus definiciones y debates más avanzados, puede estar ahí: documentada.

Cabe esperar del lo documental escrito expresividad dialéctica nueva desde un punto de vista nuevo, con concatenaciones de sentimientos nuevas, en ritmos nuevos de pensamiento documental que, en letras, dé una lucha nueva con las palabras. Se trata de un trabajo que, apartado de toda hegemonía, se exige medios materiales diversos para realizarse en cuanto campo sea exigido.

Aunque domina la idea de que el escritor comienza donde comienza el individualismo, y que su “espíritu creador es su alma única” no su clase... sabemos que sin individualidad no puede haber escritor ni escritura. Pero su individualidad es fusión íntima de elementos deri-

vados del grupo, tribu, nación, clase, que efímeros o permanentes hacen tal individualidad. Quien escribe, por eso, puede dar cuenta de la realidad, documentarla documentándose a sí mismo. Se ha hecho bajo formas múltiples. Al pie de la letra.

Entre la individualidad del escritor y la del lector está eso común que son las condiciones más profundas y duraderas que moldean su “alma”... las condiciones sociales de educación, existencia, trabajo. Esas condiciones son, ante todo, las condiciones de pertenencia de comunitaria y de clase. Al subrayar la riqueza de lo documental en la escritura no se excluye la crítica formal, la transformación de las formas, sino que casa perfectamente con ella.

Lo individual bajo una realidad común permite relacionar lo particular con lo general, sin tal relación no habría contactos entre los hombres, ni pensamiento, ni documentales. No debemos ser esclavos de las formas. Como sea el lirismo personal tiene derecho a existir en el documental escrito porque ningún “hombre nuevo” es concebible sin un lirismo nuevo. El solo aprendizaje de la técnica literaria, con todas sus formas, es una etapa indispensable que requiere tiempo. La técnica se hace notar de forma más evidente en aquellos que no la poseen. Puede decirse que no son ellos los que dominan la técnica sino la técnica quien los domina. Y hay que liberarse.

Entre el documental convencional, estatutario y rígido, que agoniza en medio de repeticiones y enmudecimientos, y la posibilidad de otros documentales, existe un trabajo de transición con repertorios amplios de posibilidades diversas. Aceptar las posibilidades y necesidad de desarrollar el documental escrito y de su utilidad social no significa en modo alguno regentarlo mediante decretos y prescripciones. Ese documental ha sido y puede ser libre como resultado de teorizarlo y practicarlo, sin dogmas.

No es inútil insistir en que no es nuevo el documental escrito. Tampoco lo es denunciar la tontería de exigir a los documentalistas que describan exclusivamente las insurrecciones contra el capital bajo los formatos ideológicos, sean cuales fueren, es absurdo. Por supuesto, debido a su naturaleza, el documental escrito puede situar, a su

modo, el debate entre el capital y el trabajo como eje de su atención. Es asunto de independencia relativa. Si lo omite debe explicarlo.

En gran medida, la forma en lo documental escrito es independiente, pero el documentalista que crea esta forma y el espectador que la gusta no son máquinas. Son seres vivos, cuya psique presenta cierta unidad, aun cuando ésta no siempre sea armoniosa. Esta psique es el resultado de las condiciones sociales. Lo documental escrito no siempre ha sido transparente e irrefutable. Ello se debe al carácter de clase de los escritores que incluye a quienes no siempre dicen de sí mismos lo que piensan, ni logran pensar de sí mismos lo que son.

El documental escrito abre lugar al desarrollo de una doctrina filosófico- histórica basada en conocimientos objetivos. La riqueza y variedad de pensamientos, argumentos, imágenes y citas de un documental escrito ponen de manifiesto, sin duda ninguna, el fondo “intelectual” de cada obra. En el terreno de la escritura se trata la concepción del mundo, expresado en el plano de la imagen en letras, a la búsqueda del conocimiento mejor del mundo y los humanos. Por eso ejercen influencia determinante sobre la creación lo documental escrito la vida cotidiana, el ambiente personal, el conjunto de las relaciones humanas.

Un documental escrito puede mostrar el crecimiento gradual de una imagen, de una idea, de un humor, de un argumento, de una intriga, hasta su culminación, y no hundir al lector en la narcosis de banalidades aunque lo haga incluso con las imágenes más sorprendentes. No se trata de inventar con los documentales escritos un “espectáculo” nuevo. Espectáculo farandulizable para ratos de ocio, basado en trucos y manejos de raiting. Espectáculo que convierta la lucha de millones de hombres en parodia de una leyenda simplona o de una pelea de feria.

Son objeto lo documental escrito la vida y el movimiento social que se realizan a fuerza de tensiones sociales. Lo que se puede construir con en el documental escrito es la expresión de un estado nuevo del espíritu que quiere formarse en él y que el documental mismo debe ayudar a dar forma. No se trata de un decreto estatal, sino dé un criterio histórico. Su fuerza reside en el poderío objetivo de su nece-

sidad histórica. Conviene no eludirlo ni escapar a su poder. Especialmente porque no todo mundo tiene cámaras, proyectores o electricidad.

El documental escrito supone una imaginación económica. No se trata de reinventar o iniciar la creación de toda la cultura escrita desde el principio. Se trata de tomar posesión del pasado, clasificarlo, readaptarlo y continuar a partir de ahí la construcción. Sin esta utilización no habría movimiento hacia adelante. El documental (lo documental) debe al papiro egipcio y luego al pergamino griego la creación del documental escrito que se entiende aquí como una vuelta (regreso) compleja de las formas anteriores bajo el influjo de estímulos nuevos que nacen fuera del documental audiovisual. Y no lo niegan.

Insistamo en que el documental escrito no niega la importancia del audiovisual (u otros). Incluso se han mezclado en ocasiones incontables. Por sus métodos y sus procedimientos, cuyas raíces se hunden en el pasado más lejano y que representan la experiencia acumulada en el arte de la palabra, el documental escrito da una expresión a los pensamientos, a los sentimientos, a los estados de ánimo, a los puntos de vista y a las esperanzas de su época y de su clase. No se puede salir de ahí.

En México, al menos, sólo hablar de documental escrito ofende a algunos puristas del documental que “documentan” la miseria de la misma forma que documentan una fiesta. Las sectas documentalistas aprovechan la mezcolanza poética y metafísica de casi todos los siglos y países para hacerse cada vez más posmodernas y “autónomas”... para proclamar su propio valor independientemente “del pueblo”. “Su individualismo se refina pacientemente con un “spleen” universal de confraternidad, que permite plenamente conciliar con el burgués”. Dicen, e insisten, que el escenario privilegiado del documental está en la tele y en algunas salas de cine bendecidas festivaleramente. Y cobran bien.

No quieren que nos demos tiempo para ensanchar ideas sobre otro tipo de documental, asimilar la riqueza de los hechos y recrearlos en imágenes de la expresión verbal, porque semejante idea compite con

sus hegemonías. Abordemos el tema con violencia. La tierra ha sido privatizada, roban impunemente en las fábricas, en los depósitos bancarios y los ahorros fueron saqueados, ¿pero qué ha pasado con los “talentos” y las ideas de las sectas documentalistas? Seguramente no pudieron exportar sus producciones con los valores y cantidades que hacía nacer su inquietud respecto a la suerte de la “cultura”, en los festivales internacionales? ¿Se pone en peligro su invitación próxima, su cuarto de hotel, sus viáticos canónjías y prebendas? Sencillamente no se puede engañar a la Historia.

En México las sectas burocráticas pasaron del materialismo y del positivismo, e incluso del marxismo, hacia cierto Kantianismo místico. Entre las dos grandes devaluaciones del peso (es decir entre López Portillo y Ernesto Zedillo) su conciencia burocrática religiosa sufrió estragos. Ahora que la mole de la ortodoxia oficial priista se ha visto fracturada estos místicos de salón, cada cual a su manera, andan deprimidos. Estos documentalistas camaleónicos niegan la historia mediante la rigidez, la inmovilidad de sus formas, su rictus mecánico y la fuerza de la burocracia estatal. La Iglesia académica que lamió los pies del priismo se mantiene casi idéntica. De la izquierda -la “iglesia académica” también tiene su ala izquierda- se alzan voces cada vez más radicales. Más a la izquierda incluso se encuentran las sectas ultraizquierdistas. Para ellos una catástrofe, sea individual o colectiva, es oportunidad excelente para actualizar sus relaciones públicas. Saben sacar provecho aliados con otros.

Si falta esta perspectiva, se pasa de largo frente a los que pudieran (acaso debieran) ser los objetivos más importantes y sabrosos del documental escrito. De lo que se trata es de arrancar el velo de las “ilusiones”, de las “moralizaciones”, así como las decepciones humillantes. Resulta imposible comprender, aceptar o expresar la realidad, aun parcialmente, si no se la ve en su totalidad, con sus hechos históricos reales. Pueden ofrecerse imágenes mejor o peor logradas, pero no para, estetizar, sublimar, idealizar o desfigurar la historia. Lo documental escrito ofrece un espacio de lucha.

No es esperable, ni deseable, en la escritura documental la impasibilidad de un espejo. Cuanto más profunda sea, mejor podrá dinami-

zar la vida, más capaz será de “pintar” la vida de modo significativo y dinámico. Las palabras no abarcan nunca con precisión los hechos con toda su significación concreta. Pero la palabra posee sonido y forma no sólo para el oído y el ojo, sino también para nuestra lógica y nuestra imaginación. Es posible hacer el pensamiento más preciso sólo mediante una selección cuidada de las palabras, sopesadas de todas las formas posibles, incluso desde el punto de vista de la acústica, y sean combinadas de la forma más poética. Síntesis del sentir y el pensar.

Esta idea del documental escrito incluye el plano de la investigación científica para buscar sus raíces y mejorar una mejor comprensión de él y quizá una mejor aplicación. Teoría y práctica. No para negar al documentalista los pensamientos y sentimientos que expresa, sino para plantearle también otras cuestiones de significación profunda:

¿Qué relaciones tienen pensamientos y sentimientos con las formas, soluciones formales, que expresan sus particularidades? ¿A qué condiciones sociales se deben estos pensamientos y estos sentimientos? ¿Qué lugar ocupan en el desarrollo histórico de la sociedad? ¿Cuál es la herencia literaria que participa en la producción del documental escrito? ¿Bajo la influencia de qué impulsos históricos los nuevos complejos de sentimientos y de pensamientos pueden romper el cerco que los separa de la esfera de la conciencia poética en lo documental escrito?

La búsqueda puede hacerse más compleja, más detallada, más individualizada, pero siempre tendrá como idea esencial el papel que el documental escrito puede desempeñar en el proceso social.

Con no poco desenfado y cierta irreverencia podemos hacernos con el documental escrito, con la escritura documental, una experiencia provocadora y fértil. ¿Quién lo impide? ¿Qué lo impide? A la necesidad y posibilidad de ensanchar los conceptos ordinarios del documental acude la posibilidad de ensayar recuentos y reencuentros. Expansiones teóricas y prácticas que en tanto crecen nos fortalecen. Como toda acción directa que va corrigiéndose sobre los hechos. Nuestra oportunidad radica en riquezas disimoladas.

Nos falta precisar, ejemplificar, tipificar cuanto ha sido producido. Nos falta especificar características, épocas y autores. Nos falta indagación y crítica formal. Análisis de aciertos y faltantes. Nos falta producción teórica y experimentación. Consulta, consenso, ensayo y error. Nos falta explicar en que estado de lo documental creemos que se encuentra y queremos que se encuentre lo documental escrito hoy. Nos falta análisis ideológico y poético que den cuenta de qué es, ha sido, esto que llamamos documental escrito o escritura documental. Acaso estemos ante una experiencia nueva que nos ofrece la oportunidad de pensar y hacer nuevos, renovados. Quizá estemos inventando a partir de una tradición añeja, un género nuevo. ¿Será?

### **ee) Imágenes de candidatos**

Estar obligado a votar no implica estar obligado a votar por quien se publicita más.

Millones de dólares gastan las “campañas políticas” burguesas<sup>33</sup>.

Parece que los candidatos invierten más dinero en “manejar su imagen” cuando menos probabilidades tienen de ganar. Maquillan su oportunismo electoral con artilugios de propaganda rostros *felices*, poses glamorosas... Casi nunca ideas y menos trabajo real con quienes construyen democracia obrera desde abajo. Lo urgente, para ellos, es sumar votos, más tarde les vendrá un sueldo y para las masas el olvido. No hay que albergar ilusiones.

Plagan las ciudades con carteles, volantes... anuncios televisivos, radiales, periodísticos. Saturan cuanto espacio está al alcance de sus patrocinadores, (sus patrones), para aparecer *renovados*... resucitar de su mediocridad, frescos, carentes de memoria... recién nacidos... van por el mundo recitando soluciones que presumen conocer y que pueden aplicar en un santiamén. Dicen que lo pueden todo, que lo quieren *todo para el pueblo*... todo, todo a cambio de votos, votos, muchos votos. Las campañas basadas en despliegues mediáticos ostentosos suelen ser repeticiones de lo mismo, de mala calidad y poca información: frases ambiguas, remates rimbombantes y desconocimiento de problemas reales y urgentes en la vida cotidiana.

*Sumas obscenas* <sup>34</sup>

Hay escándalos de “financiamientos irregulares de Bush en USA, Blair en Inglaterra, Kohl en Alemania, Chirac en Francia, Felipe González en España, Samper en Colombia, Collor de Mello en Brasil; Alemán en Nicaragua, Toledo en Perú y Lucio Gutiérrez en Ecuador”<sup>35</sup>. Parece que es cosa frecuente y nunca sancionada. Hay cuentas *especiales* que se manejan en secreto para engordar los montos de *presencia* pública. No pocos sospechan de dinero aportado por narcotraficantes y mafias de toda índole. Acaso la subsistencia de estos últimos dependa de ciertas alianzas con aquellos funcionarios golondrinos. La mitad de la población mundial padece pobreza y exclusión.

Los grandes beneficiados de las campañas, además de los aparatos burocráticos que pagan, son los monopolios multimedia, las agencias publicitarias y los estudios de *marketing* político que reinan impúdica e impunemente en alianzas con funcionarios de turno. Por campaña se gastan en USA aproximadamente 771 millones de dólares, en México 130, en Argentina 97; se trata sólo de gastos en publicidad y en medios de comunicación masiva. En Argentina los gastos en medios alcanzan porcentajes más altos: 83% de los presupuestos para propaganda<sup>36</sup>. Tomando como referencia los casos de México y USA la proyección del costo por habitante (incluida T.V, Gastos operacionales y “Otros”), se elevaría a 2.6 y 6.7 dólares<sup>37</sup>... mientras “1/6 parte de la población mundial, es decir 1200 millones de personas vive con un dólar diario<sup>38</sup>. Esas campañas quieren hacernos creer que su idea de política nos es *imprescindible*, que es muy “decente”, muy oportuna. Quiere hacernos creer que eso es “la democracia”, que “la democracia” consiste sólo en votar, que votar es ser “buen ciudadano”, “buen patriota”... votar para que otros decidan y gasten. Especialmente los que más se anuncian y luego... el olvido. Su único programa de fondo es conservar al capitalismo vivo... cueste lo que cueste. Y ya costó mucho.

## NOTAS

1. Kart Marx: Tesis once

2. Se usa el término “*shopping*” abreviado de *Shopping Center*, equivalente a Centro Comercial, Mall o Plaza Comercial.

3. “Los cinco países con mayor número de periodistas asesinados: 1. Filipinas 2. Iraq 3. Colombia 4. Bangladesh 5. Rusia Total de periodistas asesinados en todo el mundo desde el 1 de enero del 2000: 121 Total de periodistas caídos en el cumplimiento de la profesión desde el 1 de enero del 2000: 190 Porcentaje de muertes que corresponde a los asesinatos: 64 Total de asesinatos en los cinco países con mayor número de periodistas asesinados: 58 Del total de asesinatos en el mundo, porcentaje de los asesinatos que ocurrieron en los cinco países citados: 48 Porcentaje del total de asesinatos en el mundo resueltos: 14 Total de asesinatos resueltos en los cinco países citados: 0.” [http://www.cpj.org/news/2005/murderous03may05na\\_Sp.html](http://www.cpj.org/news/2005/murderous03may05na_Sp.html)

4. [www.nakednews.com](http://www.nakednews.com) Dicen ellos que “no tienen nada que ocultar”

5. Día Mundial de la Televisión. El 17 de diciembre de 1996, la Asamblea General de Naciones Unidas proclamó Día Mundial de la Televisión el 21 de noviembre, en conmemoración de la fecha en que se celebró en 1996 el primer Foro Mundial de Televisión en las Naciones Unidas. La finalidad de este día mundial es, como indica Naciones Unidas, promover una televisión que, además de entretener, “*promueva una cultura de paz, seguridad y desarrollo*”. <http://www.see.gov.do/sitesee.net/MNU/DiadelaONU.htm>

6. Ariane Díaz. *Rebelión*: <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=4755>

7. La fusión Time Warner-America Online, (10 de enero de 2000) alrededor de 270 mil millones de dólares es expresión de esa crisis que no se puede ocultar detrás de una operación record, comprende este monopolio a transmisoras y productoras de TV cable y TV abierta, empresas de cine, revistas, diarios y sitios *web* .

8. “*Cuando la compañía RCA presentó la televisión en la Feria Mundial de 1939, el nuevo invento causó mucha emoción entre el público. Unos cuantos años después la caja mágica decoraba las salas de todo Estados Unidos, y la vida diaria en ese país nunca fue la misma desde entonces. Hoy prácticamente no existe un hogar sin uno o varios televisores, y no sucede un*

*evento en el que no haya presente una cámara de TV. La televisión es la fuente principal de noticias y entretenimiento para la mayoría de la gente, pero, ¿cuántos de nosotros entendemos cómo funciona este maravilloso invento? Todo Sobre La Televisión lo llevará al interior de su pantalla chica”* [http://www.discoveryenlaescuela.com/latam/alumnos\\_guia\\_40.shtml](http://www.discoveryenlaescuela.com/latam/alumnos_guia_40.shtml)

9. ...“Así, por ejemplo, México y Brasil contaron con una programación regular a partir de 1950; Holanda y Argentina, al año siguiente; Italia, Alemania Oriental y Venezuela, hacia 1952; Bélgica, Dinamarca, Polonia, Checoslovaquia y Canadá, en 1953; Austria, Luxemburgo y Mónaco, en 1955; España y Suecia, en 1956; Portugal, un año más tarde; y, Suiza, Finlandia, Yugoslavia, Hungría, Rumania y China, en 1958...”

<http://iris.cnice.mecd.es/media/television/bloque1/pag4.html>

10. Datos y cifras sobre nuestros hábitos televisivos... Cantidad total de dinero invertido en propaganda televisiva en 1999: \$40 billones. <http://www.tvturnoff.org/Spanish-factsandfigures.htm>

11. Unesco Statistical Yearbook, 1999: [www.uis.unesco.org/en/stats/stats0.htm](http://www.uis.unesco.org/en/stats/stats0.htm)

12. En 1985 había ya en los países en desarrollo 570 millones de personas que poseían un televisor en sus casas. En 1991, esta cifra casi se había duplicado (1.120 millones, es decir, la población total de los países industrializados). Durante esos seis años, el número de televisores aumentó 12% anual —lo que representa 134 millones de nuevos propietarios— seis veces más que el ritmo de crecimiento de la población. <http://www.eurosur.org/futuro/fut49.htm>

13. “Los españoles gastaron 1.767 millones en la compra de 3,5 millones de televisores en 2004... La venta de aparatos de plasma y LCD representó 10% del total, pero su peso en la facturación fue del 40%, lo que provocó un incremento de 19,9% en los ingresos del sector. El número de televisores vendidos el año pasado en España fue de 3,501 millones, con un crecimiento de 6,4% en relación al ejercicio precedente... supone la renovación de la octava parte del parque nacional, estimado en 27 millones de televisores. Aunque el número de terminales planos vendidos fue de 370.000 unidades, poco más de 10% del total, frente a 3,164 millones de tecnología de tubo, el peso de los aparatos de última generación en la facturación ascendió a 40% a lo largo del año. Reparto por marcas En todos los segmentos de negocio del mercado español el líder es Philips, que ha logrado desbancar en este puesto de privilegio a Sony, que fue el más destacado en 2003. En tecnología de tubo la empresa holandesa ha conseguido una cuota de 16,9% en 2004, frente a 16,1% de su rival japonesa. En televisores planos Philips consiguió una participación de

19,3% frente a Sony con el 15,2%. Precios más bajos, pantallas más grandes Los precios de los nuevos televisores planos, de plasma y LCD, se redujeron 30% en España durante 2004, según datos de los fabricantes... Mientras los precios de los televisores planos bajan, el tamaño de sus pantallas no hace sino crecer. Así, 75% de los aparatos de plasma vendidos en Europa en 2004 fueron de 42 pulgadas o más y 64% de los equipos de LCD tenían pantallas con más de 24 pulgadas. En contraste, sólo 37% de los televisores de tubo tenían una pantalla de 29 pulgadas o más. Durante el ejercicio de 2004 en Europa se vendieron unos 44 millones de televisores y en el mundo unos 160 millones. Antonio Ruiz del Árbol / Madrid (7-2-2005)

[http://www.cincodias.es/solotexto/articulo.html?xref=20050207cdscdiemp\\_1&type=Tes&anchor=cdscdiemp](http://www.cincodias.es/solotexto/articulo.html?xref=20050207cdscdiemp_1&type=Tes&anchor=cdscdiemp)

14. *“La abogada de derechos humanos Eva Golinger ha documentado más de 20 millones de dólares otorgados por el NED (USA) y el USAID a los grupos y medios privados de la oposición de Venezuela, incluidos los que lideraron a los participantes del golpe. El NED otorgó casi 40.000 dólares a RSF en enero. Aunque los grupos de derecha critican a Chávez desde antes de la época del golpe de 2002, las donaciones monetarias de una agencia oficial de EEUU apuntando al Presidente venezolano por un cambio de régimen plantean preguntas sobre la independencia de RSF, así como su buena voluntad para criticar a sus benefactores”*. Diana Barahona, The News Paper Guiad, traducción de Ernesto Carmona

<http://www.rebellion.org/noticia.php?id=12940>

15. *“La técnica no puede ser enfrentada a la cultura, ya que constituye su principal instrumento. Sin técnica no existe cultura. El desarrollo de la técnica impulsa la cultura. Y la ciencia o la cultura general levantadas sobre la base de la técnica, constituyen, a su vez, una potente ayuda para el desarrollo posterior de la técnica. Nos encontramos ante una interacción dialéctica”*. L. Trotsky.

16. Las telecomunicaciones experimentan crecimientos de 6%. Los ingresos mundiales en el mercado de las telecomunicaciones están creciendo 6% anual y aumentarán del billón de dólares correspondiente a este año hasta alcanzar un valor de 1,3 billones en el año 2007, según un informe que será publicado la próxima semana por la consultora Pyramid Research. Se trata de una tasa bastante saludable, en opinión de la firma, superior a la registrada por la industria de la energía en Estados Unidos, así como la correspondiente a la mayoría de los segmentos del sector de la fabricación, la sanidad y el transporte durante los pasados diez años. De cualquier modo, según el análisis de Pyramid Research, las conexiones crecen a un ritmo más acelerado

que los ingresos, lo que indica que los ingresos medios por usuario han disminuido y seguirán haciéndolo, según la consultora, durante los próximos cinco años, reduciendo los márgenes de los operadores. Las conexiones móviles aumentan en un 9% anual, mientras que las conexiones de banda ancha lo hacen en un 25%. Los porcentajes varían considerablemente en las diversas zonas del Globo. En los mercados emergentes el ritmo de crecimiento es hasta tres veces superior que en los mercados ya desarrollados (un 12% frente a un 4%). Por ello, el análisis recomienda a los suministradores dirigir sus esfuerzos a estas zonas de alto potencial, entre las que destacan China, India y Rusia. La pronunciada variación de la tasa de crecimiento por regiones supondrá que el gasto global en telecomunicaciones seguirá en 2007 patrones muy diferentes a los manifestados en 1999. Así, hace dos años, Norteamérica generaba un 36% de los ingresos, Europa Occidental un 29% y Asia-Pacífico un 23%. En contraste, en 2007, ésta última zona se habrá convertido en el mayor mercado, aportando un 35% de los ingresos; por su parte, Norteamérica y Europa Occidental verán reducido su peso en el total del mercado a un 30 y un 19% respectivamente. Europa Central y Europa del Este casi duplicarán su participación, pasando de un 3% en 1999 a un 5% en 2007. El estudio, que será presentado con el título *Worldwide Telecoms Revenue Forecast and Analysis 2002-2007*, analiza la situación y previsible evolución del mercado en 85 países. De *Comunicaciones World*: [www.es.news.yahoo.com/103](http://www.es.news.yahoo.com/103)

17. La mitad de las marcas tecnológicas desaparecerá en dos años, según Gartner De PC World. El máximo responsable de la consultora Gartner ha sido claro en sus declaraciones: el sector no va a volver a los crecimientos de los 90, no va a recuperarse por completo en 2003, el 50% de las grandes marcas va a desaparecer y hay que centrarse en reducir costes, hacer pequeñas inversiones Publicidad y en los mejores clientes. El presidente y CEO de la consultora Gartner, Michael Fleisher, no deja lugar a dudas con la declaración que hizo durante el simposio que la compañía está celebrando en Sydney: “el 50% de las marcas tecnológicas desaparecerá durante los próximos dos años”. Sólo es una cifra, pero Fleisher cree que la industria de TI tiene que enfrentarse a una realidad: “desde mi punto de vista, la vuelta a la ‘buena economía’ es una de las mayores tonterías que circulan por ahí”, afirma, añadiendo que una recuperación sin creación de empleo es sencillamente una “locura”. Según el máximo responsable de Gartner, “nunca volveremos a las tasas de crecimiento que experimentamos en los 90. La industria de TI debe empezar a aceptar el 10% de crecimiento como estándar, en lugar del tradicional 25% o más que el mercado ha estado creciendo durante la última década”. Fleisher advierte que se debe utilizar la actual depresión económica como oportunidad para realinear las estrategias empresariales. “No esperen que la recuperación de la economía estadounidense vaya a ser la solución. Céntrate en sus clientes de mayor valor, en reducir costes, y encuentren la forma de hacer

pequeñas inversiones para crecer en el futuro”. La actual situación ha creado un “mercado de compradores” para las TI, y Gartner avisa a los usuarios finales de que se aprovechen de ello. “Los próximos doce meses seguirán siendo turbulentos para la industria. No va a aparecer la ‘killer application’ que estimule la demanda en 2003. No hay indicios de que el sector al completo se vaya a recuperar en 2003”. [www.gartner.com](http://www.gartner.com), Comunicaciones World, 13 de noviembre de 2002.

**18.** Habrá que seguir de cerca el desarrollo de la convocatoria de todas las organizaciones firmantes: “*NO hay espacio para los neutrales, NO existe la neutralidad. Nosotros, hombres y mujeres trabajadores de los medios y la cultura nos reconocemos como actores de una resistencia que —a escala mundial, regional y local— confronta, cada vez con más contundencia, la política depredadora que producen los verdaderos dueños del poder mundial*’. Con estas ideas, conceptos y reflexiones —que no son las únicas ni son todas— invitamos a compartir la construcción de La nueva Federación de los Trabajadores de la Comunicación” Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (UTPBA), Círculo Sindical de Prensa y la Comunicación de Córdoba (Cispren), Sindicato de Prensa de Rosario (SPR), Asociación de Prensa de Tucumán (APT), Sindicato de Prensa de Mar del Plata, Sindicato de Prensa de Neuquén (SPN), Unión de Trabajadores de la Comunicación de la Provincia de Buenos Aires, Agrupación de Trabajadores de Prensa de la CTA, Corrientes Red Nacional de la Comunicación, Red Patagónica de Periodistas, Círculo de Prensa de Paso de los Libres, Asociación de Periodismo Independiente de Concordia, Red de Periodistas de la Provincia de Buenos Aires, Biblioteca Autónoma de Periodismo (BAP), Asociación de Prensa y Difusión de Baradero, Círculo de Periodistas y Trabajadores de Prensa de Necochea Asociación de Trabajadores de la Comunicación de Campana, Trabajadores de Prensa de San Luis, Círculo de Periodistas Unidos de La Rioja, Asociación Jujeña de Trabajadores de Prensa, Foros de la Comunicación de La Plata, Foro de la Comunicación de Santa Fe. <http://www.pacificar.com/vernota.hlvs?id=2811>

**19.** “...Se puede derrotar de golpe a los explotadores con una insurrección victoriosa en la capital o una rebelión de las tropas. Pero, descontando casos muy raros y excepcionales, no se puede hacer desaparecer de golpe a los explotadores. No se puede expropiar de golpe a todos los terratenientes y capitalistas de un país de cierta extensión. Además, la expropiación por sí sola, como acto jurídico o político, no decide, ni mucho menos, el problema, porque es necesario *desplazar* de hecho a los terratenientes y capitalistas, *reemplazarlos* de hecho en fábricas y fincas por otra administración, la obrera. No puede haber igualdad entre los explotadores, a los que durante muchas generaciones han distinguido la instrucción, las condiciones de la vida rica

y los hábitos adquiridos, y los explotados, que, incluso en las repúblicas burguesas más avanzadas y democráticas, son una masa embrutecida, inculta, ignorante, atemorizada y falta de cohesión”. V. I. Lenin. *La Revolución Proletaria y el renegado*, Kautsky, Ediciones en Lenguas Extranjeras, Pekín, 1972, primera edición, 1972. <http://www.marxismoeducar.cl/len55.htm>

**20.** “Todos los salvadores del capitalismo, tanto de la clase democrática como de la fascista, pretenden limitar, o por lo menos disimular, el poder de los magnates del capital para impedir “la expropiación de los expropiadores”. Todos ellos reconocen, y muchos de ellos lo admiten abiertamente, que el fracaso de sus tentativas reformistas debe llevar inevitablemente a la revolución socialista... Aquí es donde comienza la gran tarea revolucionaria. Para liberar a la técnica de la intriga de los intereses privados y colocar al gobierno al servicio de la sociedad es necesario “expropiar a los expropiadores”. Únicamente una clase poderosa, interesada en su propia liberación y opuesta a los expropiadores capitalistas es capaz de realizar esa tarea. Únicamente unida a un gobierno proletario podrá construir la clase calificada de los técnicos una economía verdaderamente científica y verdaderamente racional, es decir, una economía socialista”. *El pensamiento vivo de Marx*, León Trotsky, febrero, 1939. [www.marxismo.org/penvivo.htm](http://www.marxismo.org/penvivo.htm)

**21.** “Disminuye en México población infantil y juvenil”: Consejo Nacional de Población. Domingo 4, enero de 2004. En el 2003 el número de niños y adolescentes en edades escolares (de 6 a 14 años) comenzó a disminuir en México, después de alcanzar un máximo histórico de poco más de 20 millones en 2002, informó el Consejo Nacional de Población (Conapo). En un análisis sobre la población infantil y juvenil en México, Conapo precisó que, de igual manera, la población en edad de asistir a la educación secundaria también comenzará a reducirse en los próximos años.

La dependencia de la Secretaría de Gobernación (Segob) detalló que de aquí al 2010 se reducirá en 10 por ciento la matrícula escolar de la escuela primaria, mientras que con tan sólo un incremento de alrededor de 20 por ciento en la matrícula se alcanzará la cobertura universal en la secundaria.

En cuanto a la población de entre 15 y 24 años, Conapo dijo que entre 1970 y 2003 se registró un aumento de 9.2 a 20.8 millones, y se prevé que su volumen alcanzará un máximo histórico de 21.5 millones en 2011, y a partir de entonces comenzará a disminuir gradualmente.

<http://noticias.vanguardia.com.mx/showdetail.cfm/338834/Disminuye-en-M%C3%A9xico-poblaci%C3%B3n-infantil-y-juvenil:-Conapo/Fuente: INEGI. XII Censo General de Población y Vivienda 2000. Fecha de actualización: Lunes, 16 de junio de 2003> [http://www.e-mexico.gob.mx/wb2/eMex/eMex\\_Poblacion\\_total\\_y\\_su\\_distribucion\\_porcentual\\_](http://www.e-mexico.gob.mx/wb2/eMex/eMex_Poblacion_total_y_su_distribucion_porcentual_)

**22.** 500 mil niños y niñas viven en las calles. martes 23 de septiembre de 2003 Son tantos que ya no se ven... Román González cimac, México, DF: “Unos 250 mil niños y niñas de la calle, según cifras oficiales y 500 mil de acuerdo con Organizaciones No Gubernamentales (ONG), son víctimas de pornografía infantil, drogadicción, abuso sexual, maltrato y discriminación, lo que les origina problemas mentales, físicos y emocionales...”

**23.** Según Unicef publicado en <http://www.universia.net.mx/contenidos/social/noticias/1115.jsp>.

**24.** Hambre: 840 millones castigados por hambre; 25 mil víctimas diarias; en las naciones donde la situación es más trágica, un pequeño tiene una expectativa de vida sana de apenas 38 años; uno de cada siete niños nacidos en los países pobres morirá antes de completar su primer lustro de existencia; más de 2 mil millones de personas sufren falta de micro nutrientes, con los infantes y las mujeres como los grupos más vulnerables. ONU y (FAO) alrededor de 30 países hacen frente en la actualidad a situaciones de emergencia alimentaria, 67 millones de personas necesitan ayuda urgente. El dato es conservador, según la propia fuente. África presenta el cuadro más crítico —las cifras más recientes revelan que aproximadamente 200 millones de personas (el 28 por ciento de la población africana) están crónicamente hambrientas. Pero, hasta dentro de los propios países industrializados, se contabilizan 11 millones de personas con déficit nutricional. ...será preciso reducir cada mes 2 millones de hambrientos de las cifras mundiales, un ritmo insospechado a partir de las estrategias actuales, que necesariamente deben rebasar el principio de las ayudas internacionales.

**25.** <http://www.chavodel8.com/index.html>

**26.** “Contraste entre creación y guerra internacional”. 12 de noviembre del 2003 El Instituto de Investigaciones de Paz (SIPRI) revela el aumento del gasto militar mundial solidaridad.net El año pasado aumentó en un 6% en términos reales, hasta los actuales 794.000 millones de dólares. Los países que más gastan —Estados Unidos, Japón, Reino Unido, Francia y China— suman el 62% del gasto total mundial. Casi tres cuartos del incremento del 2002 vinieron de Estados Unidos, que aumentó el gasto militar en un 10% en respuesta a los atentados del 11 de septiembre del 2001. Los Estados Unidos contabilizan ahora el 43% del gasto militar mundial. En agosto, el Instituto de Investigaciones Internacionales de Paz de Estocolmo (SIPRI), publicaba su libro anual sobre armamento y seguridad internacional. El estudio revelaba que el gasto militar mundial, ya en aumento desde 1998, se aceleró de manera pronunciada en el 2002. El

año pasado aumentó en un 6% en términos reales, hasta los actuales 794.000 millones de dólares. Esta cantidad equivale al 2,5% del producto interior bruto mundial. Los actuales niveles de gastos militares en el mundo están ahora un 14% en términos reales por encima de la cifra más baja de 1998 tras la guerra fría. Pero todavía están un 16% por debajo del techo alcanzado en 1988. Casi tres cuartos del incremento del 2002 vinieron de Estados Unidos, que aumentó el gasto militar en un 10% en respuesta a los atentados del 11 de septiembre del 2001. Los Estados Unidos contabilizan ahora 43% del gasto militar mundial. Otro país que ha aumentado notablemente su gasto ha sido China. Aumentó el gasto militar en un 18% en el 2002. Rusia también intensificó sus gastos, con un 12% de aumento. Los cinco países que más gastan —Estados Unidos, Japón, Reino Unido, Francia y China— suman el 62% del gasto total mundial. Los 15 que más gastan el 82%. Detrás de las cifras totales de gasto militar existen notables disparidades regionales. En el 2001, el año más reciente del que se tienen datos disponibles, el gasto militar de Oriente Medio se estimaba en un 6,3% de su producto interior bruto, mientras que América Latina gastó sólo el 1,3%. Algunos datos del informe del SIPRI vierten un jarro de agua fría sobre la afirmación de que la guerra contra el terror ha agravado la proliferación de armas y los conflictos. En el 2002, hay 21 conflictos armados importantes en 19 lugares del mundo. Tanto el número de conflictos como el de localizaciones fue menor que en el 2001, cuando había 24 conflictos armados importantes en 22 lugares. De hecho, el número de conflictos armados importantes en el 2002 ha sido el más bajo desde 1998. Además, a pesar de que se han elevado los gastos militares, las grandes transferencias para armas convencionales en el período 1998-2002 permanecieron en las cifras bajas de la etapa posterior a la guerra fría, informaba el SIPRI. A pesar del aumento en el período 2000-2002, la media móvil de cinco años hasta el 2002 ha sido la más baja hasta ahora. Estados Unidos ha sido el mayor suministrador de armas en 1998-2002, con el 41% de las entregas totales. Rusia, en segundo lugar, sumó el 22% de las transferencias totales de armas. Por segundo año consecutivo, Rusia ha sido en el 2002 el mayor suministrador, con el 36% de las entregas totales. El SIPRI observaba que entre los mayores receptores de armas estaban países implicados en la guerra contra el terrorismo. Con todo, indicaba que los datos «no apoyan la hipótesis de que los niveles de más importantes transferencias de armas serían más altos a causa de las entregas por el antiterrorismo en el 2002». De hecho, el SIPRI observaba que muchas de las transferencias de armas convencionales durante el 2002 fueron resultado de decisiones tomadas antes de septiembre de 2001. Según el informe, es demasiado pronto para decir en qué medida las importantes actividades antiterroristas incidirán en la futura tendencia de transferencias de armas. El informe ponía de relieve los problemas de controlar las ventas de armas, especialmente al implementarse los embargos de armas de Naciones Unidas. Precisaba la necesidad de un mayor desarrollo de instrumentos de control del comercio

de armas, tanto cerrando los agujeros como coordinando el control de transferencias de armas desde el punto de salida hasta el de llegada al destino final autorizado.

<http://www.rebellion.org/internacional/031112sipri.htm>

**27.** *Nafta, como gusta a los yanquis y a los pro-yanquis.*

**28.** *“Chiapas es el Estado más pobre de México. De un total de 3.210.000 habitantes, 2.900.000 (es decir, el 90,2% de la población) vive en la pobreza según datos oficiales. De estos 2,9 millones de pobres, 2.400.000 son indígenas.*

[http://www.elmilitante.org/elmilt139/mexi\\_139.htm](http://www.elmilitante.org/elmilt139/mexi_139.htm)

**29.** *“México fue la experiencia neoliberal más radical, al promover una apertura económica completa, con la adhesión al TLC, aunque confrontando su PIB, de cerca de US\$310 mil millones de dólares, con un PIB de US\$5.2 trillones. (...) Ahora es la expresión del fracaso del proyecto neoliberal y vive una crisis dramática en todas sus dimensiones.” Aloizio Mercadante, economista brasileño. <http://www.lunes.com/puyana/crisismexicana/salinato6.htm>*

**30.** *Que deberán desarrollar su propia lucha con un programa que incluya la nacionalización de la tierra y la banca sin indemnización, que llame a organizar una lucha no sólo de indígenas en Chiapas sino la de todos los trabajadores, jóvenes, niños, hombres, mujeres ancianos...*

**31.** *Son ejemplo los archivos de: Agustín Victor Casasola (Ciudad de México, 1874 / 1938), creador y principal promotor del “Archivo Casasola” —uno de los más amplios y mejor documentados archivos fotoperiodísticos, no solo del Cono Sur, sino de toda la historia de la fotografía. <http://www.omnicon.es/panorama.html>, <http://www.cpd.unam.mx/agnmex/285.html>*

**32.** *México: 11 millones de indígenas 56 etnias Chiapas: Más de 70.000 efectivos militares: La Jornada, 7/4/98, 111 municipios: El Nacional, 8/4/98, 10.500.000 indígenas: Chiapas produce 50% de la energía eléctrica del país: Cambio 16, 16/4/98, 15.000 niños muertos al año por enfermedades curables: Cambio 16, 16/4/98, 75% de analfabetismo. Cambio 16, 16/4/98, 86 pozos petroleros, c/u extrae diariamente 92.000 barriles de petróleo y 516.700 millones de pies cúbicos de gas Chiapas produce 35% de la producción cafetalera: Subcomandante Marcos, agosto de 1992. Chiapas posee 75.634,4 kilómetros cuadrados. Unas 7,5 millones de hectáreas, respecto de la República Mexicana, octavo lugar de extensión y tiene 111 municipios De cada 100 niños, 72 no terminan el primer grado. 1.500.000 personas no disponen servicio médi-*

co alguno. 54% de la población está desnutrida. Subcomandante Marcos agosto de 1992. Ajoblanco.

33. "México invierte por cada votante más dinero que Japón, Alemania y Estados Unidos. El costo de cada voto para el erario público ha ido en aumento en cada elección. En los comicios presidenciales de 2000 cada voto costó 581 pesos y se calcula que el próximo año será mayor a mil pesos (en 2003 el precio fue de 964 pesos)... En 1994 los partidos utilizaron en los medios 24% de su presupuesto, pero en 2000 gastaron 54%. En los comicios intermedios de 2003 la inversión promedio fue de entre 50 y 70% , aunque el Partido Verde gastó 80%... De hecho, se calcula que la radio y televisión ganarán unos **200 millones de dólares** por venta de publicidad a los partidos políticos durante la campaña de 2006. Hace cinco años, los medios obtuvieron mil 226 millones de pesos (1 dólar es igual a 10.8480 pesos). *Dinero y contienda político-electoral*, Lujambio, Navarro y Zovatto, coordinadores, FCE, México, 2003. <http://www.jornada.unam.mx/2005/08/14/mas-cuevas.html> y <http://www.banxico.org.mx/eInfoFinanciera/InfOportunaMercadosFin/MercadoCambiosTiposCambioDolar/TiposCambioPesoDolar.htm>

34. El gasto mundial en publicidad, según las estimaciones más prudentes, asciende ahora a 435 mil millones de dólares. Su crecimiento ha sido particularmente rápido en los países en desarrollo: en la República de Corea casi se triplicó en el período 1986-1996 y en Filipinas aumentó un 39% al año en 1987-1992. En 1986 había sólo tres países en desarrollo entre los veinte que más gastaban en publicidad. Un decenio más tarde eran nueve. Por relación entre gasto e ingreso, Colombia ocupa el primer lugar con 1.400 millones de dólares, el 2,6% de su PIB. [http://www.manosunidas.org/folletos/n5/n5p09\\_.htm](http://www.manosunidas.org/folletos/n5/n5p09_.htm)

35. [http://www.era21revista.com/columnas\\_articulos.php?id=149](http://www.era21revista.com/columnas_articulos.php?id=149)

36. [http://www.electoral.cl/estudios/2002/cuantocuestan\\_camp.html](http://www.electoral.cl/estudios/2002/cuantocuestan_camp.html)

37. Christian Gruenberg en su Trabajo "¿Cuanto Cuesta Ganar?". En el reciente seminario "Los Pesos y Los Votos", organizado por la Corporación "PARTICIPA ", Fundación Konrad Adenauer e Instituto de Estudios Mediales de la pontificia Universidad Católica de Chile. Texto completo. [http://www.electoral.cl/estudios/2002/cuantocuestan\\_camp.html](http://www.electoral.cl/estudios/2002/cuantocuestan_camp.html)

38. <http://www.derechos.net/bbs/messages/146.html>



## X. ¿Qué enseñan los que enseñan Comunicación?

*Relación incompleta de asignaturas pendientes para estudiar a los que enseñan. El drama inconcluso de Prometeo<sup>1</sup>*

### a) Seguid esta corriente

Una *corriente* incipiente, nada nueva, recorre el *mudillo* de las escuelas de comunicación<sup>2</sup>. Es una corriente de *insurrectos* que incluye a profesores, investigadores y alumnos, es una corriente no uniforme, no uniformada, que rema contra corriente esquivando sanciones, despidos, amonestaciones y descalificaciones que suelen imponer los “patrones” casi por el “simple hecho” de no ser complaciente, obediente ni indiferente ante las mil y una barbaridades reinantes en muchos “claustros académicos” públicos y privados. En todo el mundo.

Más vale no decir quiénes son y dónde están. Por ahora. Hay peligros y persecuciones de todo tipo, al acecho, tras las puertas de las aulas, las oficinas, los baños... hay “orejas” y “espías” voluntariosos atentos a denunciar todo lo que suene a “zurdito”, “rojo”, “rebelde”, “marxista”... cualquier queja, propuesta, observación, crítica, diagnóstico... que no coincida con el modelo de *perfección* patronal, enciende de inmediato las sospechas y los riesgos. Hay profesores perseguidos por sus ideas y sus metodologías; hay profesores perseguidos por exigir rigor científico y exigir salarios justos, hay profesores marginados por insistir en la actualización dialéctica de las currículas, hay profesores difamados por exigir honestidad y autonomía teórica frente a los intereses, mercantiles o políticos, de algunas escuelas y facultades... pero hay, contra eso, resistencia y oposición de importancia mayúscula. Son estas las que dignifican la lucha diaria.

Hay una lista enorme de urgencias diversas que, amontonadas gracias al olvido, la indiferencia y la corrupción, son lastres descomunales en la educación para la comunicación. Hay que abrir los libros de los patrones, en todos los sentidos, mirar qué cuentas manejan en lo económico y en lo académico, ver sus “deudas” y sus “inversiones”, sus sueldos y los de todos, ver las tecnologías y las canonjías. Hay que

ver las postergaciones y sus razones, los silencios y los corrillos, hay que ver los documentos y los emonumentos. Y hay que ver los contenidos teóricos, las prácticas, los casos concretos, las investigaciones, la experimentación... las publicaciones. A quién sirven, para qué. Abrir los libros en todos los sentidos para ver cómo se reparten los puntos y los ascensos, las vacaciones, las becas, los apoyos didácticos. Cómo se negocian las investigaciones, las citas mutuas, cuántos puntos *vale*, cuánto vale asistir a congresos, cursos, postgrados... abrir los libros y sacar las cuentas en público y sin concesiones. Bonito lío. Es una lucha añeja.

Esa corriente que recorre las escuelas de comunicación crece cuantitativa y cualitativamente a pesar del neoliberalismo y el posmodernismo, a pesar de los burócratas y los tecnócratas, a pesar de las vanidades y las calamidades. A pesar de los pesares. Es una corriente fresca y digna que no se tragará las extorsiones de los amos. Es una corriente poderosa que avanza, como se debe, mientras consolida su conciencia de clase, su conciencia transformadora, su capacidad de organización y de convocatoria. Es una corriente que entiende el trabajo, su lugar histórico y sus reivindicaciones supremas. Es una corriente que avanza y arrasa a la hora de debatir y sostener avances sólo de la mano de la ciencia. Es una corriente demoledora y múltiple, de todos y de nadie, de la razón y la pasión por la justicia. Es una corriente directa y poética que abraza el estudio de la comunicación humana con responsabilidad política y científica, que entiende tal comunicación como episodio fundamental y fundante en el tejido de las relaciones sociales y que, por lo tanto, no se limita a estudiar los “medios” y avanza a estudiar los modos de producción de la comunicación toda junto con las relaciones de producción sin olvidar sus condicionantes históricas, económicas y de clase.

Es una corriente que recorre la comunicación humana desde sus orígenes, alcances y perspectivas para diagnosticar todos los males que la deprimen, miserabilizan y alienan. Corriente científica que declara (que no esconde) sus fundamentos teórico-metodológicos, su dialéctica política y su compromiso por transformar el mundo. Y anda por todas partes esta corriente, no sin debates internos, ganando fuer-

za para los debates definitivos. Anda por todas partes, aquí y allá, incluso donde menos se lo imagina uno, construyendo tesis, antítesis y síntesis para que un buen día, de una vez por todas, al lado de todos los trabajadores del mundo, transformemos la realidad, para siempre y permanentemente, esta vez para bien de todos. Anda esta corriente por todas partes, activa y seductora, ganando adeptos y derrotando ineptos, no diremos lugares ni nombres, no sea la de malas... al fin y al cabo ya todos los conocen.

### **b) Miseria de la Comunicación**

Hay que ver en qué estado está la producción de conocimiento en las aulas, verificar si ocurre el acto extraordinariamente complejo de producir, exponer, analizar, enriquecer el conocimiento en colectivo, guiado por un programa científico, un docente militante de la honestidad teórica y estudiantes en actuación social plena. Verificar la independencia económica y política de la ciencia, su independencia frente a los devaneos mercantiles o sectarios, su rigor y su capacidad de intervención social. Verificar que el acto fundamental de la producción del conocimiento, de manera colectiva, crítica y dialéctica tenga por certeza la mayor pasión por la verdad y la fortaleza de la ciencia al servicio de la libertad humana y de su comunicación no alienada. Verificar que las aulas y los talleres no sean burbujas indiferentes a lo que pasa en las calles, en las fábricas, en las cabezas de los pueblos. Verificar que no ocurran mentiras ni fraudes, es decir que no cobren por lo que no hacen o por lo que hacen mal. Verificar que cuando el trabajo de producir conocimiento en comunicación se cumpla con calidad y utilidad social, se pague un salario justo.

Hoy por hoy educación en materia de “comunicación”, pública o privada, es una mercancía más. Determinada por las leyes del mercado y las necesidades de control burgués sobre las masas, esas escuelas acomodan la teoría y la práctica académicas no para resolver problemas sociales nucleares, en materia de comunicación, sino para generar mano de obra útil al modo de producción comunicacional dominante. Las “ciencias de la comunicación”, cuyo rigor suele ser

cuestionado, se *producen*, se venden y se compran como otro artículo cualquiera. Sus *productores* no son ajenos a la alienación. En las escuelas se reproduce la lucha de clases, hay *profesionales* del arribismo, de la mentira y de la explotación en contubernio con los burócratas (y viceversa). Hay docentes, trabajadores, capaces de pelear codo a codo con los estudiantes por una educación emancipadora, científica de verdad y útil contra la alienación. Hay eruditos honestos, catedráticos serios, investigadores comprometidos y especialistas críticos muy diversos, en general mal pagados, maltratados, devaluados... y también hay “catedráticos”, con privilegios, no siempre fáciles de explicar abiertamente, *sabelotodo* cínicos y *recitadores* impunes. Algunos son directores. *Tengo que decir que la ideología de la comunicación es una ideología de cínicos. Si usted mira los tratados de Marketing global, observará que los publicistas trabajan solamente para el 20% de la población mundial y que ignoran absolutamente al resto de la humanidad. Es una ruptura tremenda en relación con la ideología progresista que se ha olvidado. El progreso técnico, por el momento y tal como está desarrollándose, sólo aprovechará a aquellas clases medias que están incluidas en el plan de beneficios de la globalización. El gran drama es que la humanidad está aceptando mayoritariamente una ideología que piensa que integrar al 80% de la población mundial es imposible. Eso explica, por otro lado, las rebeliones y estallidos sociales que están surgiendo en muchas partes del mundo. Mucha gente se da cuenta que con este modelo no se puede sino ir hacia atrás.*<sup>3</sup>

Esto significa que se *produce* lo vendible, que reina un clientelismo hipócrita interesado por los *puntos*, las opiniones *positivas* y las colegiaturas antes que por el diagnóstico serio de los problemas y la ruta de las soluciones desde la ciencia. Se vende lo rentable, lo que da beneficio a los dueños o directivos. La *industria* de la educación en comunicación es una fuente de beneficios, no sólo económicos, directos, cuyo ideal es la “producción masiva de comunicación”, producción rentable para que los llamados “medios de masas”, de “cultura de masas”, ganen audiencias, vendan mucho y se vuelvan caballos de Troya ideológicos en todo lugar y a cualquier hora.

Esas escuelas que educan para manipular “medios de masas” sirven en su mayoría para la difusión de la ideología de la clase dominante mediante el adiestramiento de trabajadores útiles a los instrumentos alienantes que, a través de los medios de comunicación, determinan su contenido ideológico. Para esas “escuelas de comunicación”, los medios de masas que *importan* son, casi exclusivamente, los que pertenecen a los monopolios más grandes y reclaman mano de obra capacitada para difundir, de forma directa o indirecta, sus objetivos de clase, su moral mercantil y sus programas. Son escuelas que venden profesionales sumisos y funcionales a la reproducción y legitimación del sistema. La mayoría de los estudiantes camina al desempleo directamente y casi no hay escuela que se involucre con las preocupaciones laborales de sus alumnos... aunque pongan “bolsas de trabajo”; aunque hagan *convenios* con los “medios” para que los pupilos, con título y todo, hagan trabajos gratuitos, justamente esos que nadie quiere hacer. “Es para que aprendas” dicen con cinismo, lo que no pudieron enseñar ellos.

En esas escuelas se infiltra permanentemente la doctrina de que la “comunicación” es un instrumento de dominio. Que la comunicación se reduce a los medios porque en los contenidos no se debe intervenir. Se educa para alienar conciencias, se capacita a los productores de los medios para una producción que les es ajena, se les divorcia el pensamiento de la acción. Se les vuelve extraños de su propio esfuerzo para que acepten, por ignorancia o por cualquier razón, resignar su trabajo a la plusvalía que beneficia al patrón. Alienadores alienados. Se vende esta *moral* con la mayor naturalidad y se hace creer a los alumnos que eso es educación para su beneficio.

Han hecho de la ciencia una payasada mercantil. Se expende palabrería sin rigor y opinología al uso para alabar la ignorancia del jefe en turno. Se ocultan los libros *incómodos*, las críticas serias, la verdad objetiva y toda posibilidad de transformación radical de la sociedad y de sus medios o modos para producir comunicación no alienada.

Se omite la investigación participativa y consensuada, se omite el diagnóstico crítico, el análisis dialéctico de las causas socio-económicas y los efectos superestructurales, se omite la razón y se omite la

pasión por la verdad a cualquier costo. A cambio se aplaude la mansedumbre, la desorganización gremial, el efectismo erudito, la saliva hipnótica y culteranismo de los libros propios. Siempre y cuando los alumnos compren. Buen estudiante es el que paga, apuntes, libros, notas...

Se educa para la concentración y monopolización de la producción comunicacional; se educa para el *control* de los lenguajes de los *mass media* que deforman la realidad, la vida, las experiencias y deseos más personales y concretos. Se educa alienantemente para la alienación, se capacita para usar la prensa, la radio, la televisión... como “poder”, como un tipo de poder, extensión del poder económico y político del capital, muy “seductor” y muy capaz de alcanzar esa “tierra prometida”, reino de ejecutivos y de publicistas *genios*, reino de “creativos” y de “líderes de opinión”, reino de *periodistas* y reino de la farándula toda: la manipulación de conciencias y el incremento de las ventas.

En general no se enseña “comunicación”, se “enseña”, de manera frecuentemente precaria, la manera mercantil de manejar algunos medios y modos de influenciar a las masas para que consuman las mercancías y los valores del capitalismo. Las escuelas burguesas manejadas “industrialmente”, contribuyen a la acumulación del capital y al aseguramiento de capital ideológico. Se educa a los “comunicólogos” como lebreles entrenados para recoger la presa “informativa” o “publicitaria”, se les entrena para *traducirlo* todo al lenguaje de sus *amos*, entrenados incluso en universidades y claustros de alta alienación, para ahogar la verdad en saliva mercenaria que exhibe, aunque no lo quiera pero con cinismo triunfal, la médula ideológica de un muerto que deambula en las campañas de la historia: el capitalismo mismo. Eso sí, un muerto farandulero adornado con escándalos, corrupción y oscuridad luminosa, como las pantallas de la tele. Los estudiantes pagan (colegiaturas, humillaciones, extorsiones y pleitesías nada baratas) para que les *eduquen* así. Información exclusiva de última hora: en los pasillos ciertas universidades deambulan estudiantes victimados por *educadores* cuya integridad ética no aprueba los exámenes más laxos. Alguien haga algo... no lo celebren. A diestra y siniestra se embauca a los estudiantes con el sueño peregrino de vol-

verlos “comunicadores” famosos. Algunos ensayan en las aulas, y más allá también. Negocio redondo.

*Vivimos en un período de profundo cambio histórico. Después de cuatro décadas de crecimiento económico sin precedentes, la economía de mercado está alcanzando sus límites. En su amanecer, el capitalismo, a pesar de sus crímenes bárbaros, revolucionó las fuerzas productivas estableciendo así las bases para un nuevo sistema de sociedad. La Primera Guerra Mundial y la Revolución Rusa marcaron un cambio decisivo en el papel histórico del capitalismo. Pasó de ser un medio de desarrollo de las fuerzas productivas a un freno gigantesco del desarrollo económico y social. El período de auge en Occidente entre 1948 y 1973 parecía prometer un nuevo amanecer. Incluso así, sólo se beneficiaron un puñado de países capitalistas desarrollados. Para los dos tercios de la humanidad, que viven en el Tercer Mundo, el panorama era un cuadro de desempleo masivo, pobreza, guerras y explotación en una escala sin precedentes. Este período del capitalismo finalizó con la llamada “crisis del petróleo” de 1973-1974. Desde entonces, no han conseguido volver al nivel de crecimiento y empleo que habían logrado en el período de posguerra. Allan Woods*

### **c) Los designios de la alienación<sup>4</sup>**

Sin un diagnóstico contextualizado, amplio y profundo, sobre las implicaciones económicas, culturales y políticas de la educación dominante en materia de “comunicación”... sin oponerle estrategias y tácticas de transformación consensuada, es imposible dar el menor paso hacia la asunción de tareas correctas dirigidas a la emancipación total de los trabajadores, los docentes y los estudiantes de comunicación: La lucha contra la alienación. Así que, si resaltáramos algunas de las principales características de la época actual, diríamos: supremacía del poder financiero, revolución tecnológica e informática, guerra, destrucción/desplazamiento y reconstrucción/reordenamiento, ataques a los Estados-Nación, la consiguiente redefinición del poder y de la política, el mercado como figura hegemónica que permea todos los aspectos de la vida humana en todas partes, mayor concentración de la riqueza en pocas manos, mayor distribución de

la pobreza, aumento de la explotación y del desempleo, millones de personas al destierro, delincuentes que son gobierno, desintegración de territorios. En resumen: globalización fragmentada.<sup>5</sup>

#### **d) Hoy por hoy**

1. Los trabajadores de la producción comunicacional (la mayoría, incluidos los docentes y los alumnos) viven bajo condiciones de explotación y alienación aceleradas. Tanto los independientes como los asalariados soportan los estragos del modo de producción y distribución hegemónicos que sólo deparan abandono y depresión. Hay conciencia gremial limitada, poca organización y poca capacitación transformadora por miedo al desempleo y la violencia legalizada.
2. La concentración monopólica de medios va a galope tendido y las leyes son cada vez más complacientes en la dialéctica económica del Imperialismo. *“Para hacernos una idea de su dimensión real podemos tomar como ejemplo la News Corporation que tiene más de 130 periódicos, entre ellos el londinense Times, veintidós canales de televisión, cadenas como la estadounidense FOX, productoras de cine, como la Twentieth Century Fox Corporation, editoriales, televisión por cable y un largo etc. Al frente de semejante mastodonte encontramos al conocido y reaccionario Rupert Murdoch, que desde luego sabe elegir a sus redactores: Martín Wolf, en un artículo titulado: “EEUU domina, OK” y publicado por Financial Times, opina desinteresadamente, que “...el mundo debe expresar su gratitud por el dominio de Estados Unidos a lo largo del siglo XX”. La fusión de la AOL con Time Warner a principios de 2001, a un precio de 103.000 millones de dólares, incluye el mayor proveedor de Internet del planeta; Time Inc.; la editora de revistas más grande de USA; Warner Music Group, la empresa número uno de música; la productora y distribuidora de películas, Warner Brothers; más de 800 canales asociados de televisión por cable, etc. Y por supuesto a la cabeza de este gigantesco grupo encontramos a otro gran hombre como Ted Turner, padre fundador de la*

*inefable cadena de noticias CNN, un reaccionario incombustible e incondicional defensor del imperialismo USA. Al igual que Murdoch, Ted Turner elige a conciencia a sus redactores: Charles Krauthammer titula con un contundente “América domina, gracias a Dios” un terrorífico ensayo en la revista Time”.*<sup>6</sup>

3. En la práctica capitalista, estatal o privada, de la producción, distribución y consumo, habita la censura que tiene en las “industrias del espectáculo” una de sus formas más características. Censura que no sólo sirve para manipular conciencias privándolas de su libertad de información, sino que también es resultado de una lucha por los mercados de consumo producida por la crisis de sobreproducción de imágenes. Es decir la censura es también una forma de impedir la competencia. *La producción capitalista de comunicación parte, entre otras cosas, de las siguientes condiciones previas: 1) La concentración sin precedentes del capital en los sectores clave y, al mismo tiempo, la creciente caída de la tasa de beneficios. 2) El consiguiente problema de la valorización del capital y la búsqueda de nuevas inversiones. 3) El desarrollo del sector terciario, de servicios. 4) La eliminación de las fronteras nacionales por necesidades de expansión del capital, aunque, por otro lado, se estén creando continuamente nuevas fronteras y conflictos étnicos. 5) La agudización de las contradicciones del capitalismo, especialmente entre el Norte y el Sur, entre ricos y pobres. 6) La existencia de medios técnicos modernos y conocimientos científicos, eso que se suele englobar en el concepto de “nuevas tecnologías”, que permiten el ejercicio unitario del poder económico e ideológico sobre toda la sociedad. 7) Una oferta masiva de mercancías que estimula el consumo como ideal deseable. 8) El progresivo abandono de la idea de lo “público”, lo que ha llevado a la marginación de los servicios públicos en cuanto organización y modo de regulación del sistema. 9) El consiguiente proceso de desregulación y privatización, la implantación de criterios de rentabilidad financiera, en vez de criterios de rentabilidad social. 10) La comercialización de todos los aspectos de la vida material y espiritual de los ciudadanos, lo que lleva, necesariamente, a que*

*el producto barato, esto es, el producto indiferenciado, uniforme, determine la producción y los programas. El efecto final de la comercialización es, como se sabe, el entretenimiento con productos fabricados en serie y guarnecidos de reclamos comerciales. 11) Lo que se impone es el valor de cambio de la información y del entretenimiento como mercancía destinada a compensar ilusoriamente las carencias afectivas de la mayoría de la población, y no el valor de uso. 12) La industria de la comunicación y de la conciencia, principal instrumento de dominio y sumisión, se ha convertido en un sector estratégico en lo económico, lo político y lo cultural.<sup>7</sup>*

4. Cada vez es más difícil adquirir, alquilar o conseguir prestadas, las herramientas para la producción de obra comunicacional. El costo de tales herramientas y la ausencia casi total de alternativas es también una forma de censura. La distribución y exhibición, están atrapadas por monopolios impagables e impenetrables.
5. Un cierto clientelismo académico y científico elude el debate y la investigación crítica entre docentes y alumnos frente a los medios y modos de producción. Se incentiva poco o nada el desarrollo de protocolos o estatutos de enseñanza, investigación o creación teórica, hacia una práctica científica desalienante.
6. *La venta de periódicos cae cada año una media del 2% en todo el mundo... ofensiva de los diarios gratuitos. En Francia, en términos de audiencia, 20 Minutes está ya a la cabeza y cuenta de media con más de dos millones de lectores diarios, muy por delante de Le Parisien (1,7 millones) y otro periódico gratuito, Metro, que leen cada día 1,6 millones de personas. Estas publicaciones captan importantes flujos publicitarios, ya que los anunciantes no distinguen entre el lector que compra su periódico y el que no lo paga. Para hacer frente a esta competencia, algunos rotativos proponen, por un pequeño suplemento en el precio, DVDs, cómics, CDs, libros, atlas, enciclopedias, etc. Esto refuerza la confusión entre información y mercadería, con el riesgo de que los lectores ya no sepan lo que compran. Los periódicos alteran su identidad, desprestigian su nombre y*

ponen en marcha un engranaje diabólico cuyas consecuencias se ignoran... Internet, que prosigue su fabulosa expansión. Sólo durante el primer trimestre de 2004, se crearon más de 4,7 millones de nuevos sitios web. En la actualidad, existen en el mundo unos 70 millones de sitios mientras que la Red cuenta con más de 700 millones de usuarios. Pero esta crisis tiene también causas internas que se deben, principalmente, a la pérdida de credibilidad de la prensa escrita. En primer lugar, porque, cada vez con mayor frecuencia, esta pertenece a grupos industriales que controlan el poder económico y están, a menudo, en connivencia con el poder político. Y también porque la parcialidad, la falta de objetividad, las mentiras, la manipulación e incluso simplemente las falacias van en continuo aumento. Es cierto que nunca hubo una edad de oro de la información, pero estas aberraciones alcanzan ahora a periódicos de prestigio. En Estados Unidos, el caso Jayson Blair, el periodista estrella que falsificaba hechos, plagiaba artículos sacados de Internet e inventaba decenas de historias ha causado un gran perjuicio al New York Times, que a menudo había publicado en primera página sus fabulaciones... A estos desastres, hay que añadir también la asunción por parte de los grandes medios de comunicación transformados en órganos de propaganda, especialmente la cadena Fox News, de las mentiras de la Casa Blanca respecto a Irak... Todos estos casos, así como la alianza cada vez más estrecha con los poderes económico y político, han causado un daño devastador a la credibilidad de los medios de comunicación. Revelan además un inquietante déficit democrático. El periodismo condescendiente se impone, mientras que el periodismo crítico está en retroceso. Incluso nos podríamos preguntar si en la era de la globalización y de los grandes grupos mediáticos, la noción de prensa libre no está en proceso de desaparición... Si relacionamos estas declaraciones con las de Patrick Le Lay, propietario de TF1, sobre la verdadera función de su cadena, gigante de los medios de comunicación franceses –“La función de TF1, declaraba, es ayudar a Coca Cola a ven-

*der su producto. Lo que le vendemos a Coca Cola es tiempo disponible de cerebro humano—... Cada vez son más los ciudadanos que se dan cuenta de estos nuevos peligros, que muestran una extremada sensibilidad frente a la manipulación mediática y que parecen convencidos de que, en esta sociedad hipermediatizada, vivimos paradójicamente en un estado de inseguridad informativa. La información prolifera, pero sin ninguna garantía de fiabilidad. Asistimos al triunfo del periodismo de especulación y de espectáculo, en detrimento del periodismo de información. La puesta en escena (el embalaje) se impone sobre la verificación de los hechos...<sup>8</sup>*

### **e) Escuelas, facultades, institutos... para la alienación**

*Academia y académicos*

¿Qué debemos esperar de los profesores ante la realidad concreta que nos envuelve y atraviesa?

Organización, rigor científico, antiburocracia, solidaridad y militancia. Entre otras cosas.

Muchos catedráticos son extorsionados por sus necesidades más elementales y en su inmensa mayoría sufren por desorganizados. La vanidad academicista, que es una estupidez por donde se la vea, hace olvidar a muchos profesores su condición de trabajadores con sello de clase. Muchos creen que “queda mal” organizarse para luchar por dignificar su trabajo y el de todos, creen que se pierde *seriedad* o *respeto* entre los círculos científicos, si se lo ve en alguna asamblea o una marcha discutiendo temas económicos y políticos de la clase obrera y de su grupo. Y esa *vergüenza* de clase tiene orígenes remotos con actualizaciones cotidianas. No revelaremos nombres.

Muchos catedráticos pacen en el reino de su vanidad autocomplaciente y cumplen las tareas ideológicas como mercenarios profesionales. Son rigurosos y mienten con astucia, malabarean tres o cuatro silogismos de moda, dominan la opinología del yo, pergeñan libros plagados con citas de intercambio (yo te cito, tu me citas) y

ponen todo de sí para fortificar una secta que controla recursos, nombramientos, viáticos... fortalecen su *seguro de empleo*, y el de sus cuates, gracias a cierta complicidad para la ineficiencia, común. Muchos tienen séquitos de profesores adjuntos, ayudantes... que, por su voluntad o contra ella, han de obedecer pautas “académicas” frecuentemente “incuestionables”, autoritarias, obsoletas o parciales. Y besar la mano de los *sabios*.

Muchos catedráticos son sistemáticamente arrumbados, Chomsky sabe de eso, y son castigados con el látigo de la indiferencia y de extorsiones disimoladas. Se les trata como apestados, y no obstante el prestigio que muchos de ellos han alcanzado, no falta el degenerado posmoderno que le tira miradas, y calumnias, bajo cualquier matriz ideológica de exclusión, por ejemplo la acusación ingenua de “setententista”, que supone que las ideas del otro “ya fueron”, que han sido “superadas”. De esas huestes de ignorantes redomados, con cátedras que no pocas veces tienen sus méritos entre las sábanas y entre piernas más que entre los libros, emergen, quizá, las *manos* que han desaparecido bibliografías enteras de las bibliotecas obligatorias. Mattelart lo sufre, y con él muchos.<sup>9</sup> Manos acusadoras, Torquemada nuevos. Son peligrosos.

Hay profesores que son indispensables gracias a su trabajo tenaz y permanente. Modelan en muchas generaciones los valores y la moral del estudio como una lucha necesaria. Mantienen abiertas las cuentas dialécticas de su propio aprendizaje y ventilan en público sus ganancias y deudas coherentes. No esconden sus faltantes, ofrecen con generosidad sus hallazgos y no tienen reparos en recoger la crítica como parte de su obra. No se les ve besando la mano de nadie para ganarse publicaciones o años sabáticos. No le piden permiso a nadie para pensar, para opinar ni para intervenir en lo que consideran justo. No se bajan los pantalones para recibir cargos. No tienen miedo, o se camuflan para declarar sus marcos teóricos ni sus definiciones políticas. Son esos trabajadores del conocimiento que contribuyen a fortalecer la certeza de que la verdad es posible y que es de todos, que la ciencia no es propiedad privada de comerciantes del saber y que la ciencia debe servir a la transformación definitiva del mundo. He ahí

Adolfo Sánchez Vázquez, ejemplo poderoso e inequívoco para propios y ajenos.

Un profesor debe ser militante de la verdad a toda costa. Un ejemplo de integridad y dignidad. Su trabajo científico no es de poca monta y la dimensión de sus responsabilidades en el campo de la producción y reproducción del conocimiento es enorme... pero insuficiente si no se involucra con la formación ética del estudiante con la propia por garantía. No como un cura que desparrama moralina a la menor provocación sino como un interventor científico y dinámico frente a un universo de problemas que exige estrategias actualizadas para enfrentarlos.

Contra los estereotipos del catedrático “apóstol”, contra los estereotipos del catedrático “iluminado”, “genio”... contra todo *guruismo* de catedrales mercantiles, contra los sabelotodo pedantes y déspotas, contra los “ilustrados” torturadores psicológicos de estudiantes... contra toda la parafernalia acartonada y museística de las escolásticas más ñoñas... urge una generación de docentes compañeros, docentes solidarios, trabajadores y generosos cuya meta no sea crecer en solitario sino crecer con los otros, desde los otros y para los otros. Docente armado con lo mejor de la ciencia, la ciencia al servicio de la razón y la revolución, la ciencia contra la palabrería y contra la pedantería, la ciencia, pues, para cambiar la vida, transformar el mundo. Ciencia al servicio de todos. Es muy urgente.

## **f) La lucha contra la alienación**

*“La técnica no puede ser enfrentada a la cultura, ya que constituye su principal instrumento. Sin técnica no existe cultura. El desarrollo de la técnica impulsa la cultura. Y la ciencia o la cultura general levantadas sobre la base de la técnica, constituyen, a su vez, una potente ayuda para el desarrollo posterior de la técnica.*

*Nos encontramos ante una interacción dialéctica”. L. Trotsky*

Hay escuelas de comunicación, ya sean propiedad privada o públicas, que presentan, agudizados, los *signos* del autoritarismo totalitario, típicamente *fascista*: el culto a la personalidad, la medio-

cridad como logro moral, el culto a la Publicística como la *propaganda* del sistema, el culto soterrado al nazismo gubeliano, la visión clientelista de la relación enseñanza-aprendizaje, *eliminación* de los oponentes y saqueo de los sueldos. Todo lo que suene a “crítica” parecería fuera de moda, de mal gusto, para el gusto burgués. No pocos directivos o dueños (a veces son lo mismo) profesan una solidaridad de clase estratégica para la pervivencia del capitalismo, ejercen satisfechos, con mansedumbre, su violencia ideológica en la aulas. Algunos viven orgullosos (o envidiosos), de que un puñado de multimillonarios controlen (con prestigio de jet set) los aparatos *mass media* de guerra ideológica.

En su historia, *breve*, las escuelas de comunicación han pintado un paisaje lamentable. Sálvense las excepciones que se pueda. Los resultados hablan por sí. Muchos calumniadores, mentirosos, corruptos de los *mass media* cuelgan en alguna pared sus títulos de grado y postrado en Comunicación. Uno de sus logros más bendecidos consiste en ser capaces de “criminalizar” todo cuanto hace por su emancipación la clase trabajadora, enemiga natural de los patrones que financian espectáculos de estulticia, decadencia y miseria humana en informativos, reportajes, entrevistas y noticias de “candente actualidad”. Los lebreles de los *mass media* mueven la cola agradecidos cuando palian su mediocridad con fama farandulera. Ha reinado por ejemplo desde los años 60 la escuela funcionalista, especialmente del difusionismo norteamericano. Ya en el Primer Encuentro Latinoamericano sobre la Enseñanza de la Comunicación en 1978, realizado por la Universidad Autónoma Metropolitana, sede Xochimilco<sup>10</sup>, en la ciudad de México, era *visible* un paisaje epistemológico dominado por los Funcionalistas y los Estructuralistas, sólo en un tercer lugar aparecía la escuela marxista y no pocas veces en sus versiones más edulcoradas o *light*.

*Las teorías generadas en los setenta, la mayoría en Estados Unidos, dominaban la discusión: Cultivation Theory (original de 1969), Agenda Setting (1972), Social Learning (1973) y Media Dependency (1976) centraban la atención junto a las clásicas discusiones transdisciplinarias marxistas (la cultura como un modo de*

reproducción ideológica y dominación política) de la teoría crítica de la Escuela de Frankfurt (Adorno, Horkheimer y Marcuse, entre otros) y los estudios culturales británicos o Escuela de Birmingham (Richard Hoggart, Stuart Hall, Raymond Williams). Ambas, Frankfurt y Birmingham, fueron lecturas muy populares en las aulas latinoamericanas y funcionaron como prólogo a los teóricos de la dependencia. En menor grado, lucían también en el universo discursivo y bibliográfico el positivista Círculo de Viena (Moritz Schlick, Karl Popper, Ludwig Wittgenstein) y el interaccionismo simbólico de la Escuela de Chicago (George Mead, Robert Parker y Charles Morris). Con el riesgo de excluir otras lecturas relevantes, podemos sumar otras antiguas teorías como Mc Luhan's Sense-extension (1964), Uses and gratifications (1959) y Cybernetics (1948). Los límites eran precisos antes que el digitalismo y la comunicación reinaran entre las ciencias sociales, con su estallido triunfal a finales de los noventa. No es un mal panorama si pensamos que hasta los años treinta del siglo XX las ciencias de la comunicación no existían en ninguna universidad del mundo.<sup>11</sup>

Muchas escuelas se han vuelto domesticadoras de estudiantes que domesticarán a las audiencias. Si los estudiantes pueden ser útiles a los intereses de los patrones dueños o gerentes de escuelas, pasarán fácilmente a formar parte de algún grupo ejecutivo. Siempre y cuando se quede callado y se porte bien, lo que significa que han de hacer lo posible para que penetren en ellos las creencias y doctrinas que servirán a los intereses de los dueños de la sociedad, de modo que, a menos que puedan ejercer con maestría esta autoformación, no formarán parte de la clase especializada. Así, tenemos un sistema educacional, de carácter privado, dirigido a los hombres responsables, a la clase especializada, que han de ser adoctrinados en profundidad acerca de los valores e intereses del poder real, y del nexo corporativo que este mantiene con el Estado y lo que ello representa. Si pueden conseguirlo, podrán pasar a formar parte de la clase especializada. Al resto del rebaño desconcertado básicamente habrá que distraerlo y hacer que dirija su atención a cualquier otra cosa. Que nadie se meta en líos. Habrá que asegurarse que permanecen todos en su función de espectadores de la

*acción, liberando su carga de vez en cuando en algún que otro líder de entre los que tienen a su disposición para elegir.*<sup>12</sup>

Pero esa historia de las Escuelas de Comunicación registra entre otras la atomización sistemática. De hecho los únicos nexos interdisciplinarios que suelen aceptarse son los que convergen con otras formas de atomización. Comenzando por atomizar la del propio proceso de comunicación y reducirlo a los medios. Así lo que se estudia es la menara de manejar medios para que no ocurra la comunicación o “puesta en común”. El estudio de la relación entre comunicación y lucha de clases brilla por su ausencia y por las excepciones siempre honrosas e insuficientes.

### **g) Nadie enseña comunicación ingenuamente**

*Algunos males*

Los designios de la globalización neoliberal, con su moral escatológica y triunfalista desde la caída del muro de Berlín, han cruzado de lado a lado las estructuras de las escuelas. No sólo en sus modos de administrarse sino es sus curriculas más caras. Un tufo acentuado de tecnócratas engreídos insufla los principios académicos a diestra y siniestra para una pasarela fanática de lo nuevo siempre que sea “lighth”.

Ausencia casi total de estímulo a las habilidades críticas. Es decir qué va primero, qué segundo, qué es primordial, qué aleatorio, qué está de mal, según consensos e intereses de clase, y qué está bien. Terror patológico y acrítico frente a las jerarquías. Palabrería para esconder lo esencial. Fascinación por el show en todos los rincones de la existencia y pasión por la dictadura del *raiting*.

Zaping académico, zaping metodológico, zaping casuístico, zaping epistemológico... dictadura del zaping.

Todo breve, superfluo, fácil.

Descalificación a ultranza del marxismo.

Imperio de la posmodernidad en el rigor científico, intelectual-cultural; apología del pensamiento único y del “fin de la Historia”. La

ciencia no es un arma para resolver problemas, sociales, naturales... sino adiestramiento mercantil para el mercadeo con el *know how*.

Empirismo desafortado.

Criticismo enfebrecido.

*Taylorismo Epistemológico. Para fortalecer la tendencia fuertemente pragmática que ha invadido el campo de la producción de conocimientos en comunicación, se ha generado un taylorismo epistemológico, que formula que para ser más eficientes y competitivos en dicho terreno se debe crear una gran separación especializada en la operación y la producción del conocimiento. Así, en el campo de las ciencias sociales ha surgido “una práctica que apunta a una super especialización en la división del trabajo, ya no sólo entre, sino al interior de cada una de las ciencias sociales.”<sup>13</sup>*

*El Conocimiento como Mercancía. La presión de la dinámica del mercado sobre la cultura ha propiciado que en las escuelas de comunicación, el conocimiento especializado se adquiera como una mercancía más que se usa provisionalmente y se desecha como moda cuando aparece otro más novedoso y atractivo; y no como el conjunto de conocimientos que permiten conocer y resolver los problemas presentes. Es decir, hoy día existe una gran inclinación intelectual donde el estudio de la comunicación vale más por su fachada que por su contenido. La forma substituye a la esencia. En este sentido, parece que el conocimiento que se acepta y reproduce en los centros de enseñanza proviene de la dinámica que marcan los intereses del mercado y no por la reflexión científica de la disciplina de la comunicación. Esta tendencia ha desechado no sólo el pensamiento de A. Mattelart de las escuelas de información mexicanas y latinoamericanas, sino también la de otros pensadores muy relevantes para el conocimiento de la comunicación como son el de Herbert Marcuse (99), Paulo Freire (100), Nicos Poulantzas (101), Antonio Gramsci (102) y de continuar esta orientación, es muy probable que en pocos años se desechen a importantes pensadores contemporáneos como Jesús Martín Barbero y Jürgen Habermas”.<sup>14</sup>*

## h) ¿El medio justifica los fines?

El control que ejerce el capitalismo sobre sus medios estratégicos de comunicación, expresado con claridad humillante a lo largo de la invasión norteamericana contra Irak, evidencia la sumisión con que los *mass media* glorifican la ideología burguesa. Esa moral de genuflexos que domina el paisaje mediático mundial, penetra en las escuelas de comunicación con una doctrina *pura* de la que beben muchos “catedráticos” en sus misas de difuntos frente al alumnado. No hay rabia, no hay indignación, no hay movilización ni intervención organizada con profesores, investigadores, alumnos para denunciar, para ejercer la comunicación y la protesta por el espectáculo degenerado que los *mass media* venden a diario como si fuera un triunfo de la civilización occidental.

Las escuelas se transforman en Medios de control ideológico. Las carnicerías televisadas sirven para amaestrar comunicólogos y hacerles saber que son nada y que su destino se reduce a ser *trepadores*, servidumbre, oportunistas y esclavos de majaderías iguales, o peores, a las que nos transmiten en vivo y a todo color desde el Golfo Pérsico, Yugoslavia o Afganistán. Eso sí, hay una demagogia que no falla con su hipocresía cretina cuando se pregona a cuatro vientos *asumen como su declaración de principios la defensa de la objetividad, la veracidad y el contenido democrático en la información que emiten*. Así, *El País* es el “*Diario independiente de la mañana*”, *La Razón* un “*Diario independiente de información general*”, o TVE “*La televisión de todos*”. *Pero tanto empeño en demostrarnos imparcialidad y libertad de expresión no pretende más que esconder subjetividad y un punto de vista marcado por el interés, un marcadísimo interés de clase. Vivimos en una sociedad dividida en clases con intereses contrapuestos, lo cual no deja lugar a la neutralidad. Al igual que este periódico obrero pone en su encabezamiento “Voz marxista de los trabajadores y la juventud”, lo cual indica nuestro interés de clase, que lejos de esconder esgrimimos con auténtico orgullo, la prensa burguesa, debería llevar el subtítulo “Voz capitalista de los empresarios, banqueros y poderosos en general”*<sup>15</sup>

## **i) Educar es un trabajo<sup>16</sup>**

*Se trata de una lucha de las ideas*

*Me parece que los estudiantes están ahora suficientemente despiertos a medias para tratar y despertar a sus hermanos trabajadores. Si no transmites tu propia conciencia, ésta vuelve a cerrarse. De ahí la necesidad básica de que los estudiantes se mezclen con los trabajadores y los convenzan de que no están hablando mamarrachadas. Y desde luego es difícil saber lo que piensan realmente los trabajadores porque en todo caso la prensa capitalista siempre se limita a citar a portavoces como Vic Feather\*. [Nota del editor: Vic Feather 1908-1976, fue Secretario General del TUC (Unión de los sindicatos británicos) de 1969 a 1973].<sup>17</sup> John Lennon*

Hay que romper con toda idea *romántica* sobre la “educación”, romper con todo idealismo. La educación por sí misma nada resuelve. No dejar que el *mercado* de los títulos universitarios nos hipnotice con ilusiones de trapezista artrítico. En un mundo donde sólo hay lugar para la mitad de la población porque una mitad vive bajo la línea de la pobreza, bajo condiciones de insalubridad, hambre, desnudez, falta de vivienda y desempleo... en un mundo así es obsceno hacer creer que *comprándose* una carrera universitaria se logrará el éxito personal y el ascenso social. “Fama”, “sex appeal”, “propiedades” y “respeto”. Es pornográfico.

Estudiar, bien visto, es librar una batalla, una lucha de ideas donde es imprescindible tener conciencia de la fortaleza propia real (que siempre es social) y las fortalezas del contrincante. Implica fortaleza para elegir, para profundizar, para contribuir. Toda teoría y ciencia comportan y ofrecen una lucha por el significado y ningún autor es indiferente a esta premisa. Detrás de cada afirmación teórica está una posición política, un conjunto de certezas y de dudas obedientes a una manera específica de comprender el mundo sus problemas y sus soluciones. Hay autores que luchan con sus ideas para cambiar lo que entienden como injusticias, errores o desviaciones y hay autores que están muy contentos con el mundo tal cual se ofrece. También los hay intermedios e intermedarios, ambiguos, anodinos, eclécticos, estos son los peores.

**j) Elogio del aprendizaje** (Bertold Brecht)

*¡Aprende las cosas elementales!  
Para aquellos a quienes ha llegado la hora  
Nunca es demasiado tarde  
Aprende el abecedario  
No basta, pero apréndelo  
¡No dejes que te desanimen!  
¡Comienza! Debes saberlo todo  
¡Tienes que ser dirigente!  
¡Aprende, hombre en el asilo!  
¡Aprende, hombre en la prisión!  
¡Aprende, mujer en la cocina!  
¡Aprende, mayor de 60 años!  
Tienes que ser dirigente  
¡Busca aprender, tú, que no tienes casa!  
No tengas miedo de preguntar, camarada  
No dejes que te induzcan a nada  
¡Investiga por ti mismo!  
Lo que no sepas por ti mismo,  
No lo conoces  
Examina los detalles a fondo  
Eres tú el que paga las consecuencias  
Pon tu dedo en cada detalle, pregunta:  
¡Tú tienes que ser dirigente!*

Estudiar, analizar e incluso denunciar, sin una acción consciente, científica, para transformar la realidad, hacia una realidad mejor para toda la humanidad, es trabajo insuficiente. A la larga muchas escuelas terminan convertidas en muldares para desplantes contemplativos y estériles. Hay estudiantes y profesores a quienes nada les importa la realidad socio-económica y cultural, plena de calamidades, que aqueja a la humanidad. Contra esas posiciones es urgente un debate definitivo... definitorio.

En la historia de las escuelas de comunicación la actitud práctica que éstas adoptan, frente al poder de los medios de comunicación bur-

gueses, por ejemplo, deja mucho que desear porque dimana una actitud complaciente y no pocas veces cómplice de las peores calamidades pergeñadas por los *mass media*. El tamaño del problema haría esperar, bajo un lógica no mercenaria, el desarrollo de investigaciones, producciones e intervenciones científicas basadas en el apoyo a las mejores causas desalienantes de los trabajadores, con independencia semántica total, frente al estado burgués y tratando de construir medio, modos y relaciones de producción en comunicación armada con el método de análisis científico capaz de presentar un batalla seria y firme contra la ideología de la burguesía. No estaría mal. *No creo que estudiar comunicación sea una moda, no creo que tenga que ver ya con esa fantasía mediática de nuestros chavos, de incorporarse a los espejismos, de la frivolidad del mundo mediático, estudiar comunicación tiene que ver con estudiar el centro mismo de la conjunción social contemporánea, la comunicación esta en el centro, en el nodo de la construcción social de la realidad, repito, estudiar comunicación es pertinente, la comunicación como campo académico esta preñada de sentidos, de trascendencia, de lo que se trata es ponernos a discutir en todos los espacios académicos posibles sobre el futuro y el horizonte de esta maravillosa profesión...* Jorge Mirabal Martínez, Presidente Nacional del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación.<sup>18</sup>

Para eso los estudiantes deben dejar de ser conejillos de indias o mano de obra *gratuita*. Los estudiantes deben abandonar ese rol insultante que se les asigna, en muchas cátedras, y donde se les inhabilita para pensar. Muchos payasos disfrazados de docentes sostienen que el alumno “no está para pensar sino para aprender” lo que alguna *vaca sagrada* pergeñó para iluminarnos. Los estudiantes deben asumir un papel interventor y transformador de su propia educación oponiéndose al viejo estereotipo del ignorante dócil que asimila acríticamente cuanto se le inculca. Y le cobran por eso, claro.

El estudiante bien puede negarse a seguir reproduciendo las relaciones obrero-patronales en el aula, renunciar a ser extorsionado con calificaciones, burlas o descalificaciones impunemente. El estudiante bien puede tomar en sus manos una parte importante del proceso de cons-

trucción del conocimiento, que no es de su propiedad privada, que no será para su uso y beneficio exclusivo y que tiene, por razón suprema, que ser útil concretamente para terminar con la miseria, la corrupción, la mentira y el poder de cualquier forma de explotación y alienación.

Los estudiantes, un buen día de estos, podrían tomarse el trabajo de dejar de creerse esa fanfarronada demagógica que los pinta como la “estrella” de la película... que se merecen todo porque son clientes y pagan, que se merecen impunidad porque son *ingeniosos* para regatear calificaciones y enriquecer sus holgazanerías. Que son muy vivos porque copian en los exámenes o falsifican trabajos. Bien harían los estudiantes si renunciaran a ese estereotipo barato con que se vicia su juventud, que les vicia desde la juventud, cuando se convierten en traficantes de exámenes, apuntes, lambisconerías y prostitución de índole diversa. Bien harían si rompieran con las mafias y las sectas burocráticas, disfrazadas de estudiantes, que los usan, muchas sin programa concreto de transformación integral de las universidades, sin plan de lucha desde y con las bases, sin militancia y si con privilegios para los elegidos, tráfico de influencias, técnicas de espionaje, control y cuadros de mercenarios represores de todo tipo y todas las edades. Hay que ver cuánto cuesta a la UNAM mantener a sus huestes de “porros”<sup>19</sup>, por ejemplo. *Surgidos desde los años 50's y sostenidos hasta el día de hoy gracias al financiamiento que reciben, los porros son grupos de choque, una especie de organizaciones paramilitares usadas por distintos grupos de poder, dentro y fuera de las instituciones educativas, para sembrar el miedo y evitar la organización y la lucha estudiantil, pero también para ajustar cuentas entre ellos, para fortalecer sus campañas políticas y disputarse el control de los puestos de gobierno, así como el manejo del presupuesto.*<sup>20</sup>

Bien harían los estudiantes si denunciaran y combatieran democráticamente todo lo que los obliga a ser *dóciles* y *memoriosos*, denunciar todo lo que les resta derecho a la inteligencia crítica y creadora. Bien harían si no fuesen autocomplacientes, si fuesen autocríticos y si se organizaran mejor para la lucha. Al lado de los trabajadores todos. Bien harían si pudieran revolucionar el estudio y la enseñanza ayu-

dándose por quienes están de su lado y no sólo quieren “usarlos y egresarlos”. Directo al desempleo con boleto sólo de ida.

Estudiar es un trabajo arduo que forma parte de un proceso largo y muy complejo. Trabajo que da satisfacciones y descabros, unos más que otros. Hay estudiantes que son un gran ejemplo para todos los estudiantes, hay que verlos en el Consejo General de Huelga de la UNAM, hay que verlos, imitarlos y ayudarlos. Aunque la policía los persiga y encarcele, aunque la prensa de los comunicólogos más indignos los difamen, criminalicen y satanicen... aunque pocos lo entiendan, hay que sostener, ampliar y profundizar la lucha, su lucha que es inexcusablemente nuestra, de todos, pues. *Los estudiantes hicimos lo propio. Sacamos miles de brigadas que nos lanzamos a las calles, a los camiones, a los mercados, al brigadeo casa por casa, para informar de los verdaderos objetivos de nuestra lucha, de la importancia de mantener la Universidad abierta a los hijos de los trabajadores, de la necesidad de la huelga y del apoyo indispensable de todo el pueblo para triunfar. Con volantes y carteles contrarrestamos la campaña de los medios de comunicación, cada espacio era propicio para discutir y para convencer. Rápidamente el CGH se rodeó del apoyo del pueblo, de la solidaridad de las organizaciones sociales, logramos agrupar de nuestro lado a una amplia franja de la población: a los de abajo. Eran ellos los que, con su cooperación y participación, sostenían a la huelga dando la pelea. Desde entonces se estableció la más importante barricada que defendió a la universidad en huelga, la que hizo realidad una resistencia tan larga y difícil contra todo el aparato del Estado: la barricada del apoyo popular.*<sup>21</sup>

Y he aquí un ejemplo muy claro de cuánto pueden contribuir los estudiantes a cambiar, mejorar, el modo y los medios para la educación, no sólo la propia, no sólo para “su santo”. Ejemplo de cómo los estudiantes pueden entender la educación no como un logro de su “propiedad privada”, no como un halago para los *papis*, no como un coarta para agarrar *chamba*, *curro*, *laburo*... Ejemplo de cómo se pone en pie de solidaridad el aporte de los docentes y no docentes integrados a la lucha de los estudiantes y viceversa, en una conjunción magnífica que, cuando encuentre cauce y soldadura con los movimientos

obreros más avanzados, se verá, se verán entre ellos, como lo mismo, como una unidad indisoluble y poderosa que camina, hace mucho tiempo, hacia un mismo fin que somos todos nosotros, esa vez libres, desalineados y sin explotación.

### **k) Educación en Comunicación. ¿Hacia dónde?**

¿Será mucho pedir? Un programa de educación no alienante en Comunicación capaz de definir, sin eufemismos, el papel de la comunicación y de sus medios hacia la emancipación definitiva y permanente de la humanidad. Un programa de educación en comunicación capaz de construir dialécticamente un diagnóstico, cuantitativo y cualitativo, capaz de orientar de lo general a lo particular y viceversa, la selección y precisión de los objetos de estudio prioritarios en cada ciencia. Programa capaz de consensuar y movilizar todo cuanto sea necesario para terminar de una vez por todas con aquello que frena el desarrollo igualitario de la humanidad. Bajo las circunstancias actuales y los recursos actuales.

¿Será mucho pedir? Un programa en el que la producción de conocimiento tenga por premisa también la crítica de ese conocimiento. Crítica sobre sus fuentes, sus repeticiones y sus realizaciones. El pensamiento crítico como arma de construcción en todos sus sentidos. El pensamiento crítico como ejercicio creador hacia una ciencia libre, sin mordazas y sin sectas. El pensamiento crítico como herramienta de transformación creadora en acción directa contra toda calamidad, injusticia, abuso, robo, mentira o alienación que mientras es para unos dolor, ignorancia, engaño... para otros es negocio, privilegio, placer, imperio.

¿Será mucho pedir? Un programa educativo en Comunicación capaz de poner en común los objetivos supremos de una comunidad científica crítica que incluye a todos los que aportan trabajo desde los estudiantes hasta los trabajadores administrativos. Un programa que no repita los valores decadentes de una sociedad enferma de injusticia, exclusión, guerras imperiales, saqueo y explotación. Un programa que fortalezca el desarrollo de personas libres y no mano de obra ignorante y dócil.

¿Será mucho pedir? Un programa de educación en Comunicación no dispuesto a devaneos con payasadas ni palabrerías de burócratas que ponga en claro de qué recursos dispone para desarrollar investigación crítica y participativa, investigación como *acción directa* sobre problemas concretos, sin egolatría de jergas oscurantistas<sup>22</sup>, sin trampas estadísticas para esconder los datos crudos, sin promesas ocultas de becas o cargos ulteriores, sin compromisos de complacencia con algún *gurú* que devuelve buenas *recomendaciones...* en fin Investigación científica para intervenir objetivamente sobre la realidad y aportar respuestas, o propuestas, concretas a tareas concretas en marcha o por emprender. Investigación científica para ayudar a los que hacen algo, honestamente, por terminar con el imperio de necedades que nos impone una manga de ignorantes con poder de prensa, de armas, de impunidad. Una investigación científica capaz de decir con verdad convencida la verdad. O sea, ¡ya basta!

¿Será mucho pedir? Un programa científico en Comunicación debe ser capaz de prever la necesidad de transformar consensualmente sus currículas y garantizar tal transformación dialéctica de manera explícita y sistematizada. Para evitar que unos cuantos genios, una noche de fiebre *genia* o de negociación marsupial, se levanten con cátedras nuevas financiadas por mecenas extraterrestres para capacitar alumnos rumbo a las arcas de alguna empresita o empresota *mass media*, de gobierno o de candidato político vivaz. De esos que gustan de convocar a estudiantes para otorgarles *fogueo*. Gratis, claro.

## 1) Comunicación y sus definiciones inconclusas

*La comunicación ya no es sólo los medios, el campo de la comunicación abarca todos los intersticios de la sociedad...*” Armand Mattelart<sup>23</sup>

Se ha impregnado el concepto comunicación<sup>24</sup> con tantos significados que la sola pretensión de delimitar su semántica conlleva peligros, trampas y exigencias que uno ha de cursar bien pertrechado para no ser víctima de ambigüedades, omisiones o degeneraciones. La comu-

nicación es una actividad social consustancial al desarrollo humano, determinada histórica, política y económicamente. La comunicación es un *hacer* de los seres humanos, que sólo puede ser en colectivo y que expresa el estado (calamitoso o venturoso) que guarda la comunidad humana en un lugar y tiempo específicos. Es un hacer, en movimiento, que se mueve incesantemente. Un proceso social necesario. Una categoría.

Hay algo esencial en la comunicación que no resuelve la *transmisión* (simple o compleja, nítida o *sucia*, de signos, códigos, señales...); algo que no se actualiza con el *intercambio* (de información o de cualquier cosa); algo que ningún “medio” completa por sí mismo. Es un proceso complejo material y dinámico, producto de las necesidades y la inteligencia, que crea, transmite y recibe información no linealmente en una red con desafíos cuantitativos y cualitativos, muy precisos y siempre en tensión y lucha, para lograr la movilización dialéctica de los grupos. La comunicación es un hacer social para movilizarse que requiere coincidencia, asunción de riesgos, superación de problemas, programa y evaluación permanente. Un proceso in atomizable. Comunicarse es un trabajo y el trabajo mismo es comunicación.

Habría que crear un modelo de “representación”, no reduccionista, capaz de “hacer visible” el proceso de la comunicación, la puesta en común que en sociedad los individuos “tejen dinámicamente” valiéndose de cuanto medio tienen a su alcance, para expresar ideas, emociones, miedos, alegrías, certezas, saberes... a veces en simultáneo otras disociados, bajo una economía del intercambios que siempre está sujeta al avance de la tecnología, a la libertad para emplearla y a las exigencias que se interrelacionan para fijar calidad y claridad en la comunicación frente a problemas de índole muy diversa. Habría que crear un modelo de representación que, además, sea capaz de mostrar la complejidad de los “flujos” comunicacionales, sus simultaneidades, contrariedades, disonancias, arritmias... sus “ruidos” sus “pertinencias”, sus azares y su poesía siempre con una lupa nítida que deje mirar la influencia de la lucha de clases en semejante proceso descomunal, desigual y combinado. Nada en la comunicación es lineal, pues.

Habría que crear un modelo de “representación” que deje ver y sentir, en lo ancho y lo profundo, de qué maneras extraordinarias esa “red” viva, crece, se *perfecciona*, avanza, retrocede, acierta y falla sin dejar de mantener el contacto asimétrico por un lado, desgarrador por otro, vergonzoso y real, entre todos los elementos que sobre, debajo, en medio de semejante “red” luchan por una vida digna, justa... feliz. Con todos los *significados* que eso comporta históricamente y dado que se trata de una “red” que se extiende y se retuerce de maneras muy complejas, a veces caóticas, a lo largo del tiempo.

Desde luego que estudiar la comunicación su riqueza y hondura complejas requiere estudiar sus “mensajes” y sus “medios”, las tácticas para discursar con ellos, los modos de producirlos y las relaciones de producción. Estudiar los medios como artefactos y los mensajes como luchas semióticas. Estudiar el régimen de narración y el régimen de propiedad. Dónde ocurre la comunicación, cómo, por qué, en virtud de qué condiciones y dónde simplemente no ocurre porque no interesa, no conviene o no es negocio.

Estudiar la comunicación para que sea posible en su dimensión más libre y más fértil, estudiarla y practicarla en sus disciplinas más variadas y movilizantes, estudiarla a fondo y en sus trasfondos, ala vista de todos, con la concurrencia de todos bajo la sanción de todos. Estudiarla para resolver sus problemas, para intervenir en ella, para ser creador y usuario, artífice y beneficiario. Estudiar la manera de poner en común los medios y modos para resolver los problemas comunes, los faltantes y las calamidades de la comunidad, los desafíos y el futuro que en común queremos. Libres, desalineados y felices. Hacer comunicación, pues.

No es fácil enseñar, y menos practicar, la comunicación. Eso incluye la comunicación en las *aulas*. Producir comunicación, poner *en común*, es uno de los trances más arduos e infrecuentes de las relaciones humanas bajo las condiciones actuales. Falta organización y falta capacidad de suma aunque, desde luego, hay voluntades magníficas con experiencias puntuales. Falta esa organización que ponga puntos sólidos de coincidencia y avance de inmediato hacia la defensa de los mejores logros en las luchas sociales. Falta organización que ponga en común las tareas de comunicación, sin autoritarismos ni absolutismos, sin aris-

tocracia y sin burocracia. Organización con base social y revolucionaria donde se construyan acuerdos y se sumen las fuerzas, que son muchas, que las hay pero dispersas, que no tienen diferencias sustanciales y pueden tener coincidencias fundamentales. Desde Chiapas hasta Johannesburgo, desde Caracas hasta Pakistán, de un lado a otro están ahí los compañeros que producen páginas de Internet, documentales, intervenciones callejeras, periódicos impresos, programas radiofónicos, televisoras barriales, correos electrónicos... miles y miles de voluntades que ya están en marcha, que saben bien, y bien que saben, lo que hay que hacer, debatiéndose, no pocas veces en solitario, sobre cómo sostenerse y como ensanchar y profundizar sus luchas y sueños. La comunicación. Paradójica y acaso patéticamente, muchos piensan, hacen y sueñan cosas muy similares. Acaso el peor enemigo de esa fuerza sea la atomización *ultra* que bien puede ser hermana de la intolerancia y el sectarismo. Veneno puro donde florece muy linda la explotación y la impunidad. ¿Qué nos falta para trabar tareas de comunicación creativas y poderosas unidas contra la miseria que nos ahoga? Si los explotados somos mayoría. ¿Qué nos falta para caminar juntos aun con nuestros debates, qué nos falta para derrotar al circo de mentiras “informativas”, y a sus patrocinadores, que no son otra cosa más que barbarie cultural desatada en la ruta de la destrucción de toda fuerza productiva, fuerza creativa, fuerza comunicativa... la fuerza nuestra que, pese a todo, ignoramos tanto? ¿Qué nos falta, acaso comunicación?

**m) 13 materias, por ejemplo, que no se enseñan**

*Para cada materia habría bibliografías, ensayos, congresos y miles de casos para estudiar*

Crítica del modelo capitalista monopólico en comunicación e información.

Comunicación para la organización y movilización de obreros y campesinos contra la explotación capitalista.

Estragos y delitos de la ética y la estética *mass media* sobre la cultura.

Formas de comunicación revolucionaria, logros y aportes.

Comunicación, socialismo y comunismo.

Cómo acabar con la farándula *mass media*.

Fundamentos políticos, económicos, jurídicos y culturales para expropiar todas la herramientas de producción en comunicación. La comunicación hecha por todos.

La censura, su moral y sus técnicas.

Alienación, sus fuentes y sus fines, el papel de los *mass media*.

Semiótica revolucionaria.

La violencia ilegal legitimada por los medios.

Cómo los medios criminalizan todo lo que implique organización social de base. Obrera, campesina, etc.

Noticieros y mentiras como delito de lesa humanidad.

## **n) Numeralia de la Enseñanza en Comunicación**

“...Felafacs<sup>25</sup> revela que existen más de mil Facultades, Escuelas y/o Programas de Comunicación en América Latina. Un estudio reciente culminado por la Federación latinoamericana de Facultades de comunicación social (Felafacs), basado en la información proporcionada por sus Asociaciones nacionales y Facultades afiliadas en 21 países, revela que al 30 de abril del 2005, el número actual de facultades, escuelas y/o programas de comunicación pertenecientes a universidades de América Latina, alcanza ya la suma de 1,026 unidades académicas. Hoy encabezan la lista Brasil en el primer lugar con 348 y México en el segundo con 321 unidades académicas, lo que significa que entre ambos países concentran el 65.20% del total de las Escuelas latinoamericanas”.

“...México, en nuestro país se pudo identificar:- 817 universidades e instituciones de educación superior.- 107 instituciones de educación superior que ofrecen la carrera de comunicación.- 142 escuelas o carreras de comunicación en el nivel de licenciatura...- De este total de escuelas, 115 corresponden a instituciones privadas y 29 a instituciones públicas.- Todas ellas equivalen al 17.65% respecto al total de universidades e instituciones de educación superior a nivel nacional -

De este conjunto de instituciones, si utilizamos la regionalización que hace el CONEICC, 45 escuelas se ubican en la vocalía del Valle de México, 31 en la Golfo Sureste, 29 en la Centro Occidente, 27 en la Noreste y 17 en la Noroeste.- En total se analizaron 105 documentos que corresponden a 102 escuelas de comunicación, restando por estudiar 40 escuelas, de las cuales no se pudo encontrar ningún tipo de referencia o de documentación en la SEP, ANUIES o CONEICC.- 31 diferentes tipos de denominaciones para las carreras de comunicación; siendo la más frecuente la de Ciencias de la Comunicación, y seguida por las de Comunicación, Ciencias y Técnicas de la Comunicación y la de Periodismo”.<sup>26</sup>

*Somos 372 escuelas de comunicación en el país. 75.000 estudiantes de comunicación en México...*<sup>27</sup>

Se observó que hay más conexiones y, por lo tanto, usuarios de la Internet sólo en Manhattan que en todo el continente africano. A cien años después de la invención del teléfono, más del 50% de la población del mundo todavía no tiene acceso a un teléfono. Otra actividad belicosa del gobierno de los Estados Unidos fue tratada en las discusiones sobre las transmisiones ilegales de la radio y de TV Martí. Actualmente, un avión que anualmente cuesta aproximadamente \$59 millones transmite 2.200 horas de programación por semana. Esto es una violación del espacio aéreo cubano. También se observó que esta política de EEUU de transmitir a Cuba comenzó pocos años después del triunfo de la revolución en enero de 1959.<sup>28</sup>

Según la Unesco hay 1,350 millones de televisores. En 70 años se multiplicó de manera desigual y combinada. Hasta hace pocos años en Asia había 176 televisores por cada mil personas, en África 60, mientras que en Europa 446. En América Latina y el Caribe el promedio ha sido de 205 televisores por cada mil personas. Según UNESCO en Guatemala, en 1997, había 61 televisores por cada mil habitantes, en Nicaragua 68; Argentina, 223; Bolivia, 116; Brasil, 223; Chile, 215; Colombia, 115; Cuba, 239; México, 272; Perú, 126; Uruguay, 239 y Venezuela, 180. En Estados Unidos 806 televisores por cada mil habitantes. En Francia 595 televisores, Alemania 567, España 409 y Reino Unido 521 por cada mil habitantes. En 1995, alrededor de 900 mil

televisores en todo el mundo, es decir un receptor cada 6.8 personas. Hacia 1995 y 1996 en USA, 806 televisores por cada mil habitantes; en Canadá, 709 y en Japón, 700. En Gambia solo había 2, en Nepal y en Etiopía, 4. En Haití 4, Honduras 80, Venezuela 180, Cuba 199, El Salvador, 250, Chile 277, Brasil 289, Argentina 345. México tenía 193 televisores por cada mil habitantes. En 2010 habrá 2 mil millones de televisores y 5 mil millones en 2025.<sup>29</sup>

En 1985 había ya en los países en desarrollo 570 millones de personas que poseían un televisor en sus casas. En 1991, esta cifra casi se había duplicado (1.120 millones, es decir, la población total de los países industrializados). Durante esos seis años, el número de televisores aumentó el 12% anual —lo que representa 134 millones de nuevos propietarios— seis veces más que el ritmo de crecimiento de la población.<sup>30</sup>

Las telecomunicaciones experimentan crecimientos del 6%. Los ingresos mundiales en el mercado de las telecomunicaciones están creciendo un 6% anual y aumentarán del billón de dólares correspondiente a este año hasta alcanzar un valor de 1,3 billones en el año 2007, según un informe que será publicado la próxima semana por la consultora Pyramid Research. Se trata de una tasa bastante saludable, en opinión de la firma, superior a la registrada por la industria de la energía en Estados Unidos, así como la correspondiente a la mayoría de los segmentos del sector de la fabricación, la sanidad y el transporte durante los pasados diez años. De cualquier modo, según el análisis de Pyramid Research, las conexiones crecen a un ritmo más acelerado que los ingresos, lo que indica que los ingresos medios por usuario han disminuido y seguirán haciéndolo, según la consultora, durante los próximos cinco años, reduciendo los márgenes de los operadores. Las conexiones móviles aumentan en un 9% anual, mientras que las conexiones de banda ancha lo hacen en un 25%. Los porcentajes varían considerablemente en las diversas zonas del Globo. En los mercados emergentes el ritmo de crecimiento es hasta tres veces superior que en los mercados ya desarrollados (un 12% frente a un 4%). Por ello, el análisis recomienda a los suministradores dirigir sus esfuerzos a estas zonas de alto potencial, entre las que destacan China, India y Rusia. La pronun-

ciada variación de la tasa de crecimiento por regiones supondrá que el gasto global en telecomunicaciones seguirá en 2007 patrones muy diferentes a los manifestados en 1999. Así, hace dos años, Norteamérica generaba un 36% de los ingresos, Europa Occidental un 29% y Asia-Pacífico un 23%. En contraste, en 2007, ésta última zona se habrá convertido en el mayor mercado, aportando un 35% de los ingresos; por su parte, Norteamérica y Europa Occidental verán reducido su peso en el total del mercado a un 30 y un 19% respectivamente. Europa Central y Europa del Este casi duplicarán su participación, pasando de un 3% en 1999 a un 5% en 2007. El estudio, que será presentado con el título: “Worldwide Telecoms Revenue Forecast and Analysis 2002-2007”, analiza la situación y previsible evolución del mercado en 85 países. De Comunicaciones World.<sup>31</sup>

La población en América Latina es de casi 500 millones de habitantes, cifra que casi dobla a la de la población en los EE.UU. Sin embargo, su renta media per capita es siete veces inferior a la de los EE.UU. y cinco veces inferior a la de la Unión Europea. Los ingresos de la industria del entretenimiento en Latinoamérica (TV abierta, TV de pago, cine y vídeo) son seis veces superiores a los ingresos en EEUU. y tres veces superiores a la UE. Si comparamos lo que representa esta Industria como participación en el PIB, vemos que en EEUU. representa un 2,7%, mientras que en América Latina representa sólo un 0,71%. En 1997, la facturación de la Industria de la región fue de 17.210 millones de dólares. El 51,1% de esta cifra corresponde a la inversión publicitaria en TV abierta; el 31% corresponde a ingresos de la TV de pago y el 17% restante a cine y vídeo. Se espera que para el año 2000, el número de abonados a los distintos sistemas de TV de pago de la región, actualmente de 14 millones, alcance los 17 millones. En 1997 Latinoamérica importó y pagó derechos por la compra de productos audiovisuales por el valor de 2.500 millones de dólares. Esta cifra representa el 14,5% de los ingresos totales de la Industria. Así por ejemplo en Argentina la compra de señales internacionales por parte de los distintos operadores de cable, representa el 72% del total de las importaciones y en Chile, esta cifra se sitúa en el 47%. Si se analiza la compra de señales por países de origen, se observa que casi el 95% correspon-

de a los canales programados por las principales compañías norteamericanas de TV de pago de la región, como HBO, Olé, FOX, CNN, Discovery, MTV entre otros. Esto se explica en términos relativos, por la baja producción propia y el sobredimensionamiento del mercado televisivo de derechos, lo que explica los altos precios relativos pagados en el mercado español. Por mercado de origen, las importaciones de programas proceden en un 77% del mercado norteamericano. El principal rival de este mercado es EE.UU., que mantiene el dominio absoluto de los mercados internacionales, en todos los sectores de la industria. La mayor parte de las exportaciones latinoamericanas corresponde a los programas de TV, le siguen las ventas internacionales de señales. Los programas para TV son el principal producto de exportación de la región. Cinco empresas venden casi el 90% de los programas. Esta son, por orden de importancia, Televisa, Rede Globo, Venevisión, Radio Caracas TV y RTVE. Las ventas de Televisa a su vez representan casi 50% del total. En 1997 la exportación de señales para su emisión por cable y/o satélite por parte de empresas Latinoamericanas se situó en 17 millones de dólares y representó el 7% de las ventas internacionales de la industria. Tres países concentran el 90% de la venta de señales. Por orden de importancia estas son México, Argentina y España. Las señales de Televisa están presentes en la mayoría de los sistemas de TV de pago de la región. Argentina, ha desarrollado señales competitivas que se pueden ver en países fronterizos. Para EE.UU., el principal exportador de programas a escala mundial, el idioma parece que no ha sido un obstáculo. El desarrollo de las industrias televisivas locales, no sólo ha posibilitado la producción y programación de señales propias para el mercado domestico, sino que ha iniciado con éxito el proceso de comercialización de éstas en los mercados internacionales. En Brasil, las facturaciones de la TV han llegado al 60% del total de las inversiones en publicidad del año 1997, después de que los medios de comunicación impresa experimentaran un crecimiento pasajero durante 1995, cuando las facturaciones alcanzaron un récord histórico de un 28%. Esta recesión en Brasil, que también se ha apreciado en la mayoría de los países latinoamericanos, resulta fácil de explicar. Esto se traduce a que a principios del milenio las redes de TV mexicanas obtendrán unos beneficios

brutos de casi 9.000 millones de dólares USA, mientras que los gastos publicitarios de TV permanecerán en su proporción actual de un 50% de las inversiones totales.<sup>32</sup>

*¿Acaso es libre la prensa degradada a industria? Es innegable que el escritor tiene que ganar con el Trabajo de su pluma para existir y escribir, pero jamás existir y escribir para ganar. La primera libertad de la prensa consiste precisamente en no ser una industria... Al escritor que prostituye esa libertad de prensa, convirtiéndola en medio material, le está bien empleada como castigo de esa esclavitud exterior de la censura; o por mejor decir, ya su propia existencia es su castigo. Marx*

### **ñ) Campus de concentración académica**

*Ver un asesinato por televisión puede ayudarnos a descargar los propios sentimientos de odio. Si no tienen sentimientos de odio, podrán obtenerse en el intervalo publicitario. Alfred Hitchcock*

Se ha incrementado<sup>33</sup> el consumo de producciones televisivas inspiradas por los países centrales. El mercado *crece* y esto impone reglas para la adaptación permanente del más fuerte. Por eso prolifera cierto modelo de escuelas, institutos y universidades especializadas que imponen diseños académicos complacientes, mediocres y empirocriticistas. Fabrican “intelectuales” ad hoc, mano de obra a-crítica y barata. Colonización de conciencias, con excepciones relativas.

Bajo regímenes “legales” diversos, muchas “casas de estudios” modelan, con impunidad casi total, estrategias de baja intensidad para sacar de circulación ideas y teorías *incómodas*, movimientos y denuncias peligrosas y especialmente vinculaciones de la ciencia con la transformación efectiva de las calamidades sociales. No se estudia cómo crear y enriquecer la tarea de la crítica. No se estudia el cuadro completo de las catástrofes socio-culturales producidas por los *mass media*. No se estudia el conjunto de aportes comunicacionales ofrecidos por los movimientos, grupos y talleres alternativos, independientes o rebeldes. No se estudian métodos ni estrategias para desarrollar

producción audiovisual de base. No se estudia cómo contrarrestar toda forma de censura. Sí se enseñan modelos académicos atomistas, relativistas, utilitaristas, solipsistas... que sirven para ganar apoyo político en burocracias y empresas de turno o moda, donde participan los fundamentalismos, las teorías neo-religiosas, el narcotráfico de influencias, la seducción de estudiantes para la prostitución laboral en un mercadeo de cerebros, inteligencias y *creatividades*... mientras, en no pocas bibliotecas, persiste la desaparición de autores<sup>34</sup>, secuestrados para siempre en las mazmorras de la censura más reaccionaria. ¿Quién audita?

Más de un episodio bochornoso en comunicación, desde las aulas hasta los congresos, donde se exhibe sin pudor el estado de la miseria científica, aunque los alumnos obtengan calificaciones brillantes. Las productoras de televisión premian con cargos a los más dóciles y reprimen las luchas más avanzadas de los trabajadores dispuestos a transformar el mundo. No debería ser necesario recordar que la ciencia es una reserva extraordinaria de conocimientos y técnicas acumuladas por la humanidad. Y que es indecente ocultar, tergiversar o perseguir esos conocimientos para beneficio privado de quien posee, fábricas o universidades. Tenemos que reconocer el hecho de que los intereses de clase han introducido falsificaciones especialmente en las ciencias sociales y las “humanidades”. Frenan el desarrollo del pensamiento libre, imponen “escuelas” a cada paso, vulgares y contradictorias, cuyo fin no excluye imponer un “pensamiento único” ciego y sordo. La industria cultural con su dominación progresiva sobre la tecnología se transformó en un medio para oprimir conciencias. Canceló la formación de personas independientes. A pesar de esto muchos profesores resisten y responden<sup>35</sup>

La ideología dominante es la ideología de la clase dominante, incluso en las universidades o centros de estudios, y extiende sus tentáculos paradigmáticos: valores y representaciones, objetos, hábitos de consumo, ademanes y modales, sentido común, indumentarias y giros léxicos, fetichismos... Muchas cátedras o talleres son parte esencial infiltrada de la columna vertebral mercantil en la producción televisiva. Tentáculos que se extienden a través del *sueño* laboral y el

culto mediático al individualismo para tocar los rincones más inopinados de la conciencia, la casa, el barrio, la ciudad y los puntos más distantes del planeta.

También hay clientelismos académicos y científicos que eluden toda interrogación a las industrias televisivas. Su concepto de televisión forma una pedagogía esclava de no pocos devaneos mercantiles para la formación e inserción de estudiantes, investigadores y creadores, dóciles al mercado laboral hegemónico. Se trata de operaciones basadas en la degeneración de muchas organizaciones *científicas* o *universitarias*, que cancelan toda vinculación con los intereses y las necesidades elementales de las sociedades como si fuese pensable invocar a la ciencia sin participar de las mejores luchas sociales.

Esos escenarios académicos, identificados como “alta cultura”, se sostienen con criterios y alianzas, incluso tácitas, donde la industria de la educación se pone al servicio del ocio y negocio de las televisoras administradas a su vez para garantizar la atomización, fragmentación<sup>36</sup> y quietismo.

Nuestro retraso actual en materia de televisión, la dependencia y la transferencia exige una evaluación objetiva y severa.

Esta guerra académica de alta intensidad ideológica, está basada en un “bombardeo quirúrgico” a discreción con la moralina de cuerpos teóricos ambiguos, librescos, imitativos e individualistas, propios para los estándares comerciales y la mansedumbre de los *científicos*. Fábricas de mercenarios a la espera del mejor postor. La rebeldía se trata como problema estético porque *afea* el paisaje y espanta a los clientes. Y es que, como las televisoras no suelen aceptar otros perfiles en su mano de obra asalariada, hay que asegurar la dependencia de la educación a los intereses más retrógrados. Detrás de muchas “casas de estudios” están las firmas. No por “buenas”.

Es cierto que existen casos honrosos por excepcionales. La poca, excepcional y escasa investigación y producción tecnológica en países colonizados o semicoloniales, dada la dependencia tecnológica e ideológica, posee márgenes de maniobra sepultados (y sepultables) bajo el peso de la indiferencia cuando no de la competencia. Que nos

perdonen los Consejos Nacionales de Ciencia y Tecnología, los Institutos y los talleres tercermundistas donde sobreviven algunos, y no poco valiosos, científicos y tecnólogos.

Algunas televisoras, ayudadas por muchos centros de estudios, enseñan su misión, también sumisión, porque esa es la moral del imperio. Su lección suprema. Bajo las “novedades” que los monopolios televisivos anuncian permanentemente, con estruendos de todo tipo, habita el mismo discurso: la ratificación de la moral nazi fascista en grados diversos. En el *mundo* feliz cristalizado por algunas televisoras, entra sólo la ética y estética del capitalismo como imaginario referencial. Mundo habitado por entes del confort, mundo *glamour* de fetiches, farándula de la vanidad, moralina prostibularia, irracionismo, racismo, individualismo, xenofobia, elitismo aristocrático, machismo, esclavitud... explotación. Todo esto, montado en un escenario mundial de crímenes impunes, de fatiga desahogada, hambre, insalubridad, desempleo... impuestos con el autoritarismo persuasivo de los cementerios. Es el nazi fascismo *reloaded*. Y los muchachos deben llegar a sus clases puntualmente.

Entre sus logros mayores, las escuelas al servicio de ciertas empresas televisoras (como armas de guerra ideológica), cuentan con una capacidad extraordinaria para producir ceguera, dominan el arte de convertir el mirar en dejar de ver: los muertos, las hambrunas, las represiones más violentas. Que el televidente se emocione sólo con la publicidad. Que se movilice sólo para comprar. Enceguecer al espectador ante las manifestaciones de resistencia, protesta o rebeldía que se multiplican sin cesar. Mirar reverencialmente sólo las maravillas de la propiedad privada, la familia nuclear burguesa, la felicidad eclesiástica, el paraíso gubernamental neoliberal y del mercado que compra y vende libremente, incluso vidas... es decir, mano de obra.

Parte de la confianza que cierta burguesía puso en el estado nazi fascista<sup>37</sup> encargado de mantener el “orden” necesario para la explotación, pasó a muchas Universidades. Parte de la confianza burguesa sobre sus caudillos, intermediarios en la lucha de clases, encargados de fabricar ilusiones y paliativos... pasó a ser inspiración para fabri-

car líderes televisables capaces de aparecer, como payasos de circo, en cualquier pista de palabrería y demagogia. Casa por casa.

No existe arma de destrucción masiva más letal que el imperialismo. Depreda la naturaleza, las sociedades y las civilizaciones. Frenó el desarrollo, inició un período de crisis generalizada y precipitó la expansión de la miseria en proporciones nunca vistas. Millones de cadáveres y de mutilados, víctimas de la guerra; millones y decenas de millones de personas atemorizadas, aplastadas, embaucadas y engañadas.

Algunas universidades pretenden silenciarlo con indiferencia cuando menos. Eso es censura, que no es otra cosa que la actualización cínica del fascismo. Guerra imperialista de conquista, bandidaje y robo de la información. Sometimiento de la verdad en el reparto del mundo en colonias o territorios ganados por el capitalismo. En el desarrollo monopólico, estatal o privado, de la producción, distribución y consumo de televisión habita el germen de la censura. El crecimiento anárquico de las industrias del espectáculo constituye una de las formas de censura más características del capitalismo. Es que la censura no sólo sirve para manipular conciencias privándolas de su libertad de información, también es resultado de una lucha por los mercados de consumo producida por la crisis de sobreproducción de imágenes. Es decir, la censura es también una forma de impedir la competencia.

A la ya odiosa censura que se ejerce, incluso desde la formación teórico práctica para la producción televisiva, se agrega la casi total inexistencia de experimentación, mientras la enseñanza de los ejes teórico metodológicos más importantes se cercena o elude... viven aplastados por el empiriocriticismo y siguen desapareciendo autores incómodos de las bibliotecas universitarias. Cada vez es más difícil adquirir, alquilar o conseguir prestadas las herramientas para la producción, porque el costo de tales herramientas y la ausencia casi total de alternativas es también una forma de censura. La distribución y exhibición, seguirán atrapadas por monopolios impagables e impenetrables. Seguirá reinando la censura del cinismo comercial aplaudida por algunos profesores, eméritos incluso y con grados académicos altos.

A cambio: "...el proyecto de todo el pueblo y el de la inmensa mayoría de todos los universitarios, pugna por universidades públicas y gratuitas, gobernadas democráticamente, que sepan convocar y que estén abiertas para toda la población que aspire a acceder a ellas, pugna por instituciones públicas orientadas a desarrollar, asimilar para el país y poner en las manos del pueblo, en su conjunto, toda la ciencia, las artes y la cultura generadas por toda la humanidad, por instituciones que, en particular, sepan abordar y aportar soluciones para los numerosos problemas técnicos, económicos, políticos y sociales que nos aquejan".<sup>38</sup>

Pero hasta hoy todo se tiñe con un tono de epopeya al "orden y la legalidad" que muestra sus garrotes en manos de la policía o el ejército y en manos de las televisoras con su fascismo de nuevo "look", hoy representado por jóvenes de apariencia ejecutiva "clean" y señoritas seductoras prototipo de "modelos" plástico. Se trata de una teología de la represión que se extiende hacia todos los rincones de la existencia para que vivamos bajo amenaza. No hay lugar para los feos, los morenos, los bajitos... y menos para las rebeldías y menos contra la propiedad privada y sus baluartes. El ideólogo fascista vende su cara y bondades, el discurso de la violencia legalizada, institucional. Nadie se mueva.

El capitalismo supo que debía adiestrar, incluso contra su voluntad, y valiéndose de cierta ignorancia funcional, cuadrillas de comunicólogos llevados al no muy honroso trabajo de poner altavoces a la mediocridad empresarial, a la decadencia del capitalismo y su crisis permanente, que tiene por escenario preferido el bolsillo de los trabajadores. El capitalismo entendió la necesidad de crear centros de adiestramiento para mano de obra universitaria barata, obnubilada con palabrería cientista, agobiada por el desempleo y sometida a la resignación servil implícita en la complacencia y agrado del patrón.

Le llaman "comunicación social"... y le llaman "formación científica académica" a eso que en la práctica es adiestramiento táctico y estratégico de la información mercantil dominante que, además de vender bien, debe convencer a otros de que este es el mejor de los

mundos posibles. Llamam “ciencias de la comunicación” a eso que, en términos generales, es formación contradictoria producto de una mezcla de necesidades hegemónicas emanadas de la crisis capitalista para hacer más eficientes sus armas ideológicas. Llamam “ciencias de la comunicación”, “ciencias de la información” y el “periodismo”, al reclutamiento y entrenamiento de obreros alienados por el discurso exitista del sistema, atravesados por las mismas calamidades de todo trabajador pero inoculados con un status que “dignifica” el oficio de manipular ideológicamente a las sociedades. Incluso, logran creerse “genios” y a su modo el capitalismo los produce e incentiva.

No haremos aquí un recuento de casos pero los hay. En la guerra ideológica del capitalismo, desde la Revolución Industrial hasta la Revolución Internet, han visto la obra grandes militantes de la esclavitud muchos de ellos, paradójicamente, también esclavos. Para maquillar la miseria con hipocresía trágica, amarillismo bursátil, candilejas y lentejuelas de payasos mediáticos, el capitalismo también recluta teóricos cuyo ingenio mayor radica en desvincular toda reflexión de su marco de clase. Entre cátedras, becas y cenáculos de autohalago, los ejércitos de élite intelectual capitalista publican y enseñan tácticas y estrategias de “posicionamiento” (tal cual como quien invade un territorio para colonizarlo) para discursos y órdenes hegemónicos. Toman de aquí y de allá argumentos de ciencias diversas, con marcos teórico-filosóficos convenientes, los mezclan y aparecen cada tanto como amos y señores de inventos “científicos” que se comportan como modas epistemológicas en la pasarela autista de la vanidad escolástica.

Normalmente, lejos del debate, sin consenso plural, sin compromiso social, siempre en búsqueda de un cliente ansioso de probar eficacia y eficiencia de un modelo de invasión social en beneficio de marcas o caudillos: desde la farándula hasta la política (que a veces no se distinguen).

El problema de la comunicación que está en el régimen de propiedad de los medios no se toca. Es decir, el régimen de propiedad privada de los medios para la expresión e intercambio, su legalidad y legitimidad económico-cultural, su peso ético y estético, más todas las contradicciones que incluye su modo de producción ideo-

lógica en sociedades plagadas por la miseria, son perfiles virtualmente vedados. Las excepciones, en cuanto lo son, expresan la realidad. Mencionarlo, sólo pasa a ser “de mal gusto”. Pasa a ser objeto de “otras ciencias”.

La legitimación del eufemismo “ciencias de la comunicación”, con sus sub-eufemismos y variables, proviene mayormente de las urgencias del capitalismo agudizadas por las crisis de sobreproducción que saturan sus mercados de sí mismos. El éxito de las instituciones académicas que adiestran mano de obra altoparlante tiene ejes muy claros y códigos muy estrictos. Nada que salga del prontuario ideológico imperial. Por el capitalismo todo, contra el capitalismo nada. Se admite el ser creativo, artista, genio, simpático, creíble, sobre todo eficaz y eficiente. Ordenado, ambicioso e incansable. Vender, vender y vender, a toda costa, lo que sea, como sea, comenzando por la mano de obra, sin límites. El sistema premiará. Hay títulos de grado y pos grado, cátedras, becas de investigación, congresos, asociaciones, academias, honores y loas.

He ensayado, en otra obra,<sup>39</sup> sobre causas y efectos de las traiciones cometidas por intelectuales progresistas (perdidos para sus causas) que venden su trabajo a-críticamente y a precio de logro moral, al servicio de empresas nacionales o multinacionales, algunos de ellos también fundadores y directores de agencias de publicidad, trágicamente mercenarias, convertidos en teóricos, directivos y/o profesores en universidades, institutos o colegios, complacientes con la brutalidad de la miseria reinante.

Esta caracterización sobre el modo de producción intelectual que se verifica en las aulas de muchos centros de enseñanza no es ajena al debate más amplio sobre la transformación general de las universidades y en plena interrogación sobre su destino inmediato y mediato. Debate que también toca, desde su lugar, el debate más amplio sobre la transformación de la sociedad toda y el tipo de sociedad que queremos desde hoy y para el futuro.

## o) Estética de los traidores

### *La calumnia como modus vivendi*

SOS dedicado, también, a algunos alumnos víctimas de ciertos “profesores de *periodismo*”.

*Dice mi padre que un sólo traidor puede con mil valientes...*

“Adagio a mi país”, Alfredo Zitarrosa

Hay un peligro tóxico mercantil que se desliza como arte de la calumnia en no pocas aulas, es una especie de gas letal amarillista y sensacionalista que inunda permanentemente las cabezas, casi indefensas, de muchos estudiantes que chantajeados con calificaciones, extorsionados con mil y una triquiñuelas *escolásticas*, adormecidos con ilusiones de circo mediático... han de rendir culto a cuanto payaso se hace pasar por “catedrático” y exhibe con impunidad devastadora, entre mentiras *cultas*, sus tesis de canallas *ilustrados* y sus moralejas de servilismo sacrosanto. Salvadas las excepciones, cada día más excepcionales, hay que denunciar a esos genuflexos que no tienen clemencia con los estudiantes. Y convencer a los estudiantes para que, organizados, los denuncien.

Debería existir una organización mundial de base (o muchas), con padres y madres, especialistas, comunicólogos y jurisconsultos, obreros, campesinos, políticos, estudiantes, científicos, dedicada a la defensa de la integridad ética y emocional de los alumnos de *periodismo*. La sola presencia de esos “profesores” que llegan a las aulas gracias a que hinchán sus velámenes con el aliento fétido de *simpatías*, *arreglos* y complicidades para la ineficiencia, ya es un ejemplo desastroso. Impone la moraleja destructora que desanima, que intenta convencer a los alumnos de que no sirve fundar su desarrollo en trabajo efectivo, concreto y útil, basado en un apego irrestricto a la búsqueda de la verdad consensuada. Si uno queda “atrapado y sin salida” en *garras* de un profesor cuyos méritos son sólo visibles para sus *cuates* directivos, si tales méritos no se ganaron en la refriega de los hechos al lado de de la honestidad, la dignidad y la libertad... sino en la refriega de las sábanas; si en lugar de tocar fondo en la lucha contra

la mentira y la alienación el juego consiste en tocarse el culo como mérito para ser catedrático... hay un problema que debe ventilarse a nivel mundial. En la “nueva sociedad de la información”.

*El dinero y el poder son capaces de depurar las noticias, eligiendo las que son adecuadas para imprimir y marginando la disensión.* Noam Chomsky, El poder americano y sus nuevos mandarines, 1969

No se necesitan más “periodistas” simpaticones domesticados como lebreles para *traducir* la realidad con ayuda de boletines oficiales. No se necesitan más “periodistas” improvisadores de la realidad capaces de criminalizar todo lo que espanta al buen burgués. No se necesitan más “periodistas” acurrucados en las faldas del patrón dispuestos a gruñir a cuanta protesta dignifique el trabajo, la vida, los derechos sociales y la lucha contra la barbarie. No se necesitan más “periodistas” *creativos* que se regodeen en la lisonja a los poderosos, a ver si *pescan* alguna tajada de fama, bienestar y privilegios. No hacen falta más “periodistas” mercenarios hábiles para venderse al que pague mejor... para la entrevista obsecuente, las ideas *fáciles* y los comentarios cómodos. No hacen falta más *publi-relacionistas* del patrón, payasos de la difamación mercancía, far-santes asalariados para asesinar la verdad con crónicas espurias. Ya tenemos demasiados.

En no pocas instituciones educativas hay “profesores” de “periodismo” que enseñan a sus discípulos las artes de la calumnia. Cualquiera es susceptible de ser sometido a acusaciones de *profes* que, sin pruebas, ensucian a diestra y siniestra. Violan el derecho legítimo de la defensa a eso que les hace sentir amenaza, envidia, miedo, debilidad... sentencian, sin misericordia y en público, agazapados en la posibilidad siempre cómoda, de que sus alumnos no los denunciarán por miedo a ser también víctimas de represalias en sus calificaciones, demoras en sus trámites y vergüenza entre los pares. Se trata de un juego sucio auspiciado, paradójicamente, desde uno de los espacios donde debería ocurrir exactamente lo contrario. Es decir, donde debería ocurrir la convocatoria a la investigación comprometida y

abierta para que la verdad reine soberana absoluta, por encima de los intereses de secta, clan, pandilla o amasiato de incapaces.

Alguien en España escribe: *Respecto a los profesores, no quiero decir que todos sean corruptos o ineptos. No, lo que quiero decir es que el que es bueno, y trabaja bien (y hay muchos), lo hace por su propia vergüenza torera, o por la presión informal de su grupo de investigación o docencia, o de su área o su departamento, en su caso, no porque el sistema organizativo, de sanciones e incentivos funcione... No funciona. Y así todos los que estamos en la Universidad conocemos casos de comportamientos inaceptables que no llevan consecuencia negativa alguna. Hay profesores conocidos porque dan sólo una pequeña parte de sus clases (pero claro, es funcionario, y es ya mayor, y qué le vas a hacer...); hay quien deja de dar clases unos meses porque está muy ocupado preparando su oposición; hay quien no da clase el mes de octubre, cuando casualmente no hay hojas de firma en las clases; hay quien dice a los alumnos que no se presenten en septiembre porque está muy ocupado y no corregirá los exámenes; hay profesores que dejan de dar clase unos meses y encasquetan el trabajo docente a sus compañeros (normalmente subordinados)... Por no hablar de los profesores que, una vez conseguida su posición de funcionario, dejan prácticamente de realizar cualquier tarea de investigación y se limitan a la pura docencia. Insisto en que estos comportamientos no son generalizados. Probablemente son incluso, hoy menos frecuentes que hace unos años. Pero lo importante es que la Universidad como sistema no los persigue y sanciona.*<sup>40</sup>

Hay una crisis mundial agudizada donde la explotación se extiende exponencialmente. Eso incluye a muchos profesores entre los cuales hay alienación galopante también. Explotación, represión y censura sobre el trabajo docente y el trabajo periodístico en general, ese trabajo que será desembocadura obligada para muchos de quienes ingresan a una carrera de periodismo, comunicación o similares y donde, inevitablemente, encontrarán amplificada la realidad que suele mostrarse a cuentagotas en las aulas. Es decir, desempleo, cierre de puestos de trabajo, carnicería entre pares, traiciones a diestra y siniestra y falta descomunal de solidaridad entre trabajadores de la información

y la comunicación. Nadie, o muy pocos, educan a los alumnos para comprenderse como trabajadores que experimentarán las realidades laborales dominantes con todas sus calamidades. Nadie o muy pocos alertan a sus alumnos sobre dónde y cómo se debe trabajar la información para que sirva a la emancipación de la humanidad, su dignidad y sus derechos más inalienables. Nadie, o pocos, están dispuestos a cuestionar las reglas laborales del patrón y a luchar contra todo el farrago de injusticias que en ellas se anida<sup>41</sup>. Patrones universitarios muy “cultos” se dicen, y muy “vivos” con los salarios. Hay que “abrir los libros” del *patrón universitario*. Muchos estudiantes pierden cinco o más años y la realidad no pasa por sus cabezas. Sí, a cambio, pasa el modelito decadente y envilecido de, no pocos, *profes* resignados, derrotados y vendidos.

El periodismo: *Es la última pinche barrera que nos impide caer en la barbarie. Sin periodismo, sin circulación de información, todos levantaríamos la mano cuando el big brother lo dijera. Es la voz de los mudos y el oído extra que Dios le dio a los sordos. Es el único pinche oficio que aún vale la pena en la segunda mitad del siglo XX. Es el equivalente moderno de la piratería ética, el aliento de las rebeliones de los esclavos. Es el único puñetero trabajo divertido que aún puede practicarse. Es lo que impide el regreso al simplismo cavernario. Contradictoriamente, es un asunto donde nuevamente hay cosas eternas: la verdad, el mal, la ética, el enemigo. Es la mejor literatura, porque es la más inmediata. Es la clave de la democracia real, porque la gente tiene que saber qué está pasando para decidir cómo se va a jugar la vida. Es el reencuentro entre las mejores tradiciones morales del cristianismo primitivo y las de la izquierda revolucionaria de fines del siglo XIX. Es el alma de un país. Sin periodistas todos seríamos muertos y la mayoría ciegos. Sin circulación de información verídica todos seríamos bobos. Es también el refugio de las ratas, la zona más contaminada, junto con las fuerzas policíacas, de toda nuestra sociedad. Un espacio que se dignifica porque lo compartes con los tipos más abyectos, más serviles, más mandilones, más corruptos. Y por comparación te ofrece las posibilidades de la heroicidad. Es como si metieran el cielo y el infierno en una licuadora y*

*tuvieras que trabajar en movimiento. Es una albañilería del sentido común...* Paco Ignacio, Taibo II.<sup>42</sup>

En todo el mundo la “libertad de expresión”, es decir, la libertad para expresar libremente el pensamiento crítico, cuesta la vida desde siempre. Y hay “periodistas” que incluso, desde las aulas, se encargan de ayudar a su asesinato. Porque para la vulgaridad, la lisonja, el mercadeo de la información, la calumnia y la agresión desmovilizadora; contra las mejores luchas populares... para eso sí hay “libertad de expresión” y liberalismo globalizado de la expresión burguesa, moralista e hipócrita. El estado burgués en todo el mundo ha gerenciado, incluso, centros de enseñanza plenos de complacencias de todo tipo para traficar influencias con las corporaciones monopólicas *mass media*. Permisos, tolerancia, inversiones, acuerdos y ayudas mutuas... se trata de un maridaje de conveniencias cuyo autoritarismo no sólo sirve como arma de guerra ideológica sino que es, además, un gran *negocio* de cónyuges. Muchos cobran colegiaturas y ayudas a manos llenas. No hay espacio para relatar con detalles esa historia negra de persecuciones, tortura y muerte que ha signado la tarea del periodismo crítico permanentemente. Son miles y hay que recordarlos a todos, desde Ricardo Flores Magón, periodista revolucionario mexicano, desde John Reed periodista del mundo, hasta José Luis Cabezas en Argentina. *¿Por qué temer a la guerra? Si se tiene que morir aplastado por la tiranía capitalista y gubernamental en tiempo de paz, ¿por qué no morir mejor combatiendo lo que nos aplasta? Es menos espantoso que se derrame sangre que conquista la libertad y el bienestar, que continúe derramándose bajo el actual sistema político y social en provecho de nuestros explotadores y tiranos*, México, periódico *Regeneración*, 17 de diciembre de 1910.

Hay alienación impune desde las aulas, hay nombres, hay expedientes... son muchos y en todo el mundo. Son un problema internacional de solución difícil y urgente<sup>43</sup>. No imposible.

Claro que también hay docentes íntegros con experiencia y actitud permanente de aprendizaje en colectivo y renovado. Claro que hay catedráticos ilustres y ejemplares que modelan con su praxis el pensar y hacer de generaciones enteras. Claro que hay luchas por la verdad

científica en las aulas, laboratorios y taller universitario y, claro, que contra esos docentes se ejerce, frecuente y sistemáticamente, presiones, censura, indiferencia y calumnias<sup>44</sup>. Suelen ser los mejores profesores porque enseñan a sus alumnos la tarea primordial de defender, entre otras muchas cosas, la justicia con dignidad, en lo académico y en lo político. Defender la ciencia como herramienta para transformar la herencia de este mundo de miseria, esclavitud y desvergüenza. Con las salvedades del caso siempre que logren consenso público.

De los traidores es esperable cualquier cosa. Para eso les pagan. Por eso hay que denunciarlos, señalarlos en las asambleas, los congresos, las reuniones científicas. Es necesario evidenciarlos para entender el papel que juegan a los pies del patrón. Más de una lucha ha sucumbido en manos de traidores y calumniadores. Están al acecho. Se hacen pasar por “buenos”, docentes simpáticos, *nuevos*, y no tanto. Algunos pasan por ser amables con los alumnos y las alumnas... les pasan la mirada y la mano muy sutilmente como quien prueba y saborea la víctima. Van por ahí luciéndose como sabihondos mientras tiran sus lancetazos viperinos por la espalda, siempre por la espalda. Hay una historia larga de asesinatos así que comienzan con calumnias. Manuel Buendía, asesinado por la espalda, sigue presente<sup>45</sup>. El fascismo sobrevive. ...*la intolerancia de la extrema derecha que es el oscuro pasado fanático que aprovecha y encauza la avidez empresarial*<sup>46</sup>.

No aparecerán esos “profesores” a la hora de exigir el pago de salarios justos. No aparecerán cuando se exija la actualización de los aumentos usurpados, escamoteados bajo pretextos infinitos y ridículos. No aparecerán esos “profesores” cuando sea imperativo dignificar la profesión del periodista... o quizá sí, aparecerán detrás de las filas policiales ordenando las *tomas* y las notas sobre la represión contra sus pares... contra los trabajadores en general. Aparecerán al lado de la policía o de los soldados, de su lado, hombro con hombro, como quien defiende al mismo patrón, al mismo sistema. Aparecerán leyendo la “noticia del día”, exhibirán lo *cultos* que son, cuánto saben de literatura y cuánto de ética. Aparecerán, ni duda cabe, en el lado equivocado de la historia, donde la verdad es un cadáver que galopa a lomos de intereses criminales. Aparecerán con *premios*, extensión de

sus *buenas calificaciones* y sus altas *recomendaciones*. Aparecerán, tarde o temprano, sobre el mapa de los diarios y de las pantallas, viento en popa, hinchados sus velámenes con el aliento fétido de sus patrones y de su currículo. Llegarán a ser titulares de sus cátedras, llegarán quizá alguna vez temprano a clase, pasarán “lista de asistencia” a los alumnos *indefensos* y prepararán la próxima calumnia al mejor postor. Y muchos pagan por eso. De muchas maneras. Lindo ¿No?

## NOTAS

1. “Prometeo, un dios, un Titán que puede enfrentarse a los dioses en un plano distinto al de los héroes... la gloria de Prometeo está en ese amor suyo a los humanos que le ha llevado a ofrecerles el fuego, la esperanza y las técnicas... será la modernidad la que afronte fascinada la aventura de la emancipación humana, encontrando en Prometeo el símbolo de una Humanidad que, sin embargo, no aceptará el castigo amarrada a las rocas del Cáucaso por su trasgresión de la voluntad divina, sino que se rebelará y recordará que, en una de las versiones, Heracles, victorioso de sus trabajos, atraviesa al águila de Zeus con su flecha y libera a Prometeo... Prometeo arranca a los hombres de su tiempo de la ignorancia, los refina gracias a las ciencias y a las artes y los eleva hasta la moralidad... Marx decía que Prometeo debía ser el primer santo de un santoral laico”. *El mito de Prometeo: Fundación y quiebra de lo humano*, Manuel Ángel Vázquez Medel, Universidad de Sevilla: <http://www.cica.es/aliens/gittcus/promet.html>

2. Léase: Carreras de comunicación, Diseño gráfico, medios audiovisuales, periodismo... es decir formatos educativos similares conexos, periféricos etc.

3. Armand Mattelart "Democracia y Comunicación" <http://www.inisoc.org/mattelart.htm>

4. Es la transformación, debida a condiciones históricas, de los productos de la actividad humana y de la sociedad (productos del Trabajo, dinero, relaciones sociales), así como las propiedades y aptitudes del hombre, en algo independiente de ellos mismos y que domina sobre ellos... Marx relaciona la alienación con la existencia de la propiedad privada y de la división del Trabajo. La alienación abarca toda la actividad humana, pues cada tipo de dicha actividad se

convierte en monopolio de un grupo aislado de personas, cuyo hacer es extraño a todos los demás miembros de la sociedad. Pero Marx investiga, sobre todo, la alienación del Trabajo y fundamenta en ella todas las demás formas de alienación, incluidas las ideológicas, lo que permite comprender la conciencia deformada y falsa como resultado de las contradicciones de la vida real. De este modo estableció Marx la dependencia de la teoría respecto a la práctica. El descubrimiento de la alienación de Trabajo permitió a Marx proponer los caminos para eliminarla: liquidar la propiedad capitalista. La alienación es un fenómeno ideológico que transforma los fenómenos y relaciones en algo distinto de lo que en realidad son, que deforma en la conciencia de los individuos sus auténticas relaciones de vida, crea una visión equivocada de la realidad, pero sobre todo de uno mismo y del lugar que verdaderamente ocupa en la sociedad: las relaciones de los obreros con los que no lo son, las relaciones de unos y otros con el Trabajo y con los productos del mismo, el carácter real de las relaciones sociales, el imperio de las fuerzas inhumanas en la sociedad, la degradación moral y física del obrero, etc. En sus obras clásicas de las décadas de 1850 y 1860, Marx sustituye la categoría de alienación, que figuraba en sus primeros trabajos, por todo un sistema de conceptos, entre los cuales la alienación también aparece como característica concreta de las relaciones de producción del capitalismo. <http://literaler21.com/diccion/aa.htm#alienacion>

**5. Sub Comandante Marcos Oxímoron**

<http://www.ezln.org/documentos/2000/20000400.es.htm>

**6. Bárbara Areal: [http://www.elmilitante.org/elmilt154/medi\\_154.htm](http://www.elmilitante.org/elmilt154/medi_154.htm)**

**7. Vicente Romano Producción capitalista de comunicación, Rebelión.**

<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=23977>

**8. *Crisis en los medios de comunicación.* Ignacio Ramonet Manière de Voir nº 80 - Abril-Mayo 2005 Traducido para Rebelión por Rocío Anguiano.**

<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=13512>

**9. *El Impacto del Pensamiento de Armand Mattelart en la Academia de Comunicación Mexicana,* por Dr. Javier Esteinou Madrid.**

[http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n22/22\\_jesteinou.html](http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n22/22_jesteinou.html)

10. Armand Mattelart: *La Comunicación de la Crisis*, Primer Encuentro Latinoamericano Sobre la Enseñanza de la Comunicación, Universidad Autónoma Metropolitana - Xochimilco, Departamento de Educación y Comunicación, México D.F., 1978, versión mimeografiada.

11. *Las ciencias de la comunicación: ¿sin rumbo fijo?* Hugo Pardo, doctor en Comunicación Audiovisual y Publicidad por la Universidad Autónoma de Barcelona <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/RMC/rmc94/ciencias.html>

12. Noam Chomsky: *Fabricando el consenso: El control de los medios masivos de comunicación*. [http://www.nodo50.org/tortuga/article.php3?id\\_article=2617](http://www.nodo50.org/tortuga/article.php3?id_article=2617)

13. *El Impacto del Pensamiento de Armand Mattelart en la Academia de Comunicación Mexicana*. [http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n22/22\\_jesteinou.html](http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n22/22_jesteinou.html)

14. *El Impacto del Pensamiento de Armand Mattelart en la Academia de Comunicación Mexicana*. [http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n22/22\\_jesteinou.html](http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n22/22_jesteinou.html)

15. *La gran farsa de la libertad de expresión Bárbara Areal*  
[http://www.elmilitante.org/elmilt154/medi\\_154.htm](http://www.elmilitante.org/elmilt154/medi_154.htm)

16. "Todo el esfuerzo no puede recaer sobre un medio de comunicación concreto, sobre todo cuando la información es super abundante, como en nuestro tiempo. El ciudadano tiene dos posibilidades: o bien se quiere informar o bien sólo quiere saber vagamente lo que pasa. En el primer caso, siempre se puede hacer a base de recortar y pegar las informaciones. No solo existen los periódicos, también hay revistas y libros. Sin embargo, hay que tener la voluntad de hacerlo. Eso significa Trabajo", Ramonet, Ignacio. *El periodismo del nuevo siglo*. La Factoría, 8, febrero de 1999. [http://www.iigov.org/seguridad/?p=9\\_03](http://www.iigov.org/seguridad/?p=9_03)

17. "Todo el poder al pueblo", *La entrevista perdida de John Lennon* (1971) Tariq Ali y Robin Blackburn (CounterPunch). Traducido para Rebelión por Germán Leyens  
<http://www.rebellion.org/noticia.php?id=24226>

18. [http://www.une.edu.mx/mod2005/eventos/congreso\\_comunicacion\\_2.htm](http://www.une.edu.mx/mod2005/eventos/congreso_comunicacion_2.htm)

19. El porrismo en la UNAM: erradiquemos ese cáncer con la lucha colectiva y organizada de la comunidad. [http://mx.geocities.com/organizacion\\_cgh/](http://mx.geocities.com/organizacion_cgh/)

20. [http://mx.geocities.com/organizacion\\_cgh/resistiryconstruir/ryc4](http://mx.geocities.com/organizacion_cgh/resistiryconstruir/ryc4)

21. *Manifiesto del Consejo General de Huelga, en el 5º aniversario de la huelga en defensa de la educación pública y gratuita.* A cinco años de su inicio, creemos necesario hacer un recuento de la importancia y la enseñanza que dejó, para el conjunto de la comunidad universitaria y la sociedad mexicana, la huelga del 99-2000 encabezada por el Consejo General de Huelga. [http://mx.geocities.com/organizacion\\_cgh/documentos/manifiesto](http://mx.geocities.com/organizacion_cgh/documentos/manifiesto)

22. "Para el intelectual burgués, la única realidad sólo consiste en las palabras. Para él, realmente sucede que "en el principio fue la Palabra y la Palabra fue con Dios y la Palabra era Dios". En la narrativa postmoderna lo es todo y sólo podemos conocer el mundo a través de la palabra de los individuos. Aquí, el lenguaje no aparece como un fenómeno que conecta a las personas con el mundo, ni entre ellas mismas, sino como algo que separa y aísla. Es una barrera más allá de la cual no podemos saber nada. El intelectual burgués -o pequeño burgués- sólo trabaja con las palabras. Ellas son el sustento que les da el pan de cada día, llenan su vida y la proveen de Trabajo y placer. Lo animan o lo derrumban, le dan reputación o se la quitan. Actúan como un encanto mágico, ya que los encantos y conjuros tienen que ser imprecados como palabras. También les da poder sobre otros seres humanos. En las civilizaciones más antiguas, algunas palabras eran tabú, así como las hay ahora. A los antiguos Israelitas no se les permitía pronunciar el nombre de su Dios. En estos días no nos es permitido pronunciar la palabra capitalismo, en su lugar, tenemos que decir "la economía de libre mercado". Introducción a la edición mexicana de *Razón y Revolución*: Alan Woods [http://argentina.elmilitante.org/index.asp?id=muestra&id\\_art=1454](http://argentina.elmilitante.org/index.asp?id=muestra&id_art=1454)

23. *Democracia y Comunicación* Armand Mattelart <http://www.inisoc.org/mattelar.htm>

24. Comunicación: 1. f. Acción y efecto de comunicar o comunicarse. 2. f. Trato, correspondencia entre dos o más personas. 3. f. Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor. 4. f. Unión que se establece entre ciertas cosas, tales como mares, pueblos, casas o habitaciones, mediante pasos, crujías, escaleras, vías, canales, cables y otros recursos. 5. f. Cada uno de estos medios de unión entre dichas cosas. 6. f. Papel escrito en que se comunica algo oficialmente. 7. f. Escrito sobre un tema determinado que el autor presenta a un con-

greso o reunión de especialistas para su conocimiento y discusión.8. f. Ret. Figura que consiste en consultar la persona que habla el parecer de aquella o aquellas a quienes se dirige, amigas o contrarias, manifestándose convencida de que no puede ser distinto del suyo propio. 9. f. pl. Correos, telégrafos, teléfonos, etc.<http://www.rae.es/>

25. <http://www.felafacs.org>

26. *La carrera de comunicación en México, Estados Unidos y Canadá*, por: Jaime Pérez Dávila (Coordinador) Julio 1997 <http://www.razonypalabra.org.mx/mcluhan/jaime.htm>

27. Jorge Mirabal Martínez, [http://www.une.edu.mx/mod2005/eventos/congreso\\_comunicacion\\_2.htm](http://www.une.edu.mx/mod2005/eventos/congreso_comunicacion_2.htm)

28. <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=24093>

29. <http://www.barriodelcarmen.net/elmiron/?p=176>

30. <http://www.eurosur.org/futuro/fut49.htm>

31. [www.es.news.yahoo.com/103](http://www.es.news.yahoo.com/103)

32. *La industria de la TV en EE UU y Latinoamérica*, Inés Ferrero, becaria de la Generalitat de Cataluña Oficina Comercial de España en Miami, marzo de 1999.

[www.copca.com/armari/calaix1/000/00/00/640/televisio.pdf](http://www.copca.com/armari/calaix1/000/00/00/640/televisio.pdf) -

33. La población en América Latina es de casi 500 millones de habitantes, cifra que casi dobla a la de la población en los EE UU. Sin embargo, su renta media per capita es siete veces inferior a la de los EE UU y cinco veces inferior a la de la Unión Europea. Los ingresos de la industria del entretenimiento en Latinoamérica (TV abierta, TV de pago, cine y vídeo) son seis veces superiores a los ingresos en EE UU y tres veces superiores a la UE. Si comparamos lo que representa esta Industria como participación en el PIB, vemos que en EE UU representa un 2,7%, mientras que en América Latina representa sólo un 0,71%. En 1997, la facturación de la Industria de la región fue de 17,210 millones de dólares. El 51,1% de esta cifra corresponde a la inversión publicitaria en TV abierta; el 31% corresponde a ingresos de la TV de pago y el 17% restante a cine y vídeo. Se espera que para el año 2000, el número de abonados a los distintos sistemas de TV de pago de la región, actualmente de 14 millones, alcance los 17 millones. En

1997 Latinoamérica importó y pagó derechos por la compra de productos audiovisuales por el valor de 2,500 millones de dólares. Esta cifra representa el 14,5% de los ingresos totales de la Industria. Así por ejemplo en Argentina la compra de señales internacionales por parte de los distintos operadores de cable, representa el 72% del total de las importaciones y en Chile, esta cifra se sitúa en el 47%. Si se analiza la compra de señales por países de origen, se observa que casi el 95% corresponde a los canales programados por las principales compañías norteamericanas de TV de pago de la región, como HBO, Olé, FOX, CNN, Discovery, MTV entre otros. Esto se explica en términos relativos, por la baja producción propia y el sobredimensionamiento del mercado televisivo de derechos, lo que explica los altos precios relativos pagados en el mercado español. Por mercado de origen, las importaciones de programas proceden en un 77% del mercado norteamericano. El principal rival de este mercado es EE.UU, que mantiene el dominio absoluto de los mercados internacionales, en todos los sectores de la industria. La mayor parte de las exportaciones Latinoamericanas corresponde a los programas de TV, le siguen las ventas internacionales de señales. Los programas para TV son el principal producto de exportación de la región. Cinco empresas venden casi el 90% de los programas. Esta son, por orden de importancia, Televisa, Rede Globo, Venevisión, Radio Caracas TV y RTVE. Las ventas de Televisa a su vez representan casi 50% del total. En 1997 la exportación de señales para su emisión por cable y/o satélite por parte de empresas Latinoamericanas se situó en 17 millones de dólares y representó el 7% de las ventas internacionales de la industria. Tres países concentran el 90% de la venta de señales. Por orden de importancia estas son México, Argentina y España. Las señales de Televisa están presentes en la mayoría de los sistemas de TV de pago de la región. Argentina, ha desarrollado señales competitivas que se pueden ver en países fronterizos. Para EE.UU, el principal exportador de programas a escala mundial, el idioma parece que no ha sido un obstáculo. El desarrollo de las industrias televisivas locales, no sólo ha posibilitado la producción y programación de señales propias para el mercado domestico, sino que ha iniciado con éxito el proceso de comercialización de éstas en los mercados internacionales. En Brasil, las facturaciones de la TV han llegado al 60% del total de las inversiones en publicidad del año 1997, después de que los medios de comunicación impresa experimentaran un crecimiento pasajero durante 1995, cuando las facturaciones alcanzaron un récord histórico de un 28%. Esta recesión en Brasil, que también se ha apreciado en la mayoría de los países latinoamericanos, resulta fácil de explicar. Esto se traduce a que a principios del milenio las redes de TV Mexicanas obtendrán unos beneficios brutos de casi 9.000 millones de dólares USA, mientras que los gastos publicitarios de TV permanecerán en su proporción actual de un 50% de las inversiones totales. *La industria de la TV en EE UU y Latinoamérica*, Inés Ferrero. [www.copca.com/armari/calaix1/000/00/00/640/televisio.pdf](http://www.copca.com/armari/calaix1/000/00/00/640/televisio.pdf) -

34. "Sin embargo, no obstante la trascendental e histórica aportación conceptual de Armand Mattelart para entender las claves del modelo de información dominante en México y América Latina y construir otros procesos culturales alternativos que permitan la sobrevivencia democrática de las naciones y el surgimiento de un nuevo ser humano; sorpresivamente, a finales de la década de los años noventa, su pensamiento ha sido olvidado y desconocido por la mayoría de la academia y las escuelas de comunicación en México y en otras partes de América Latina". Por Javier Esteinou Madrid.

Nº 22, [http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/antiores/n22/22\\_jesteinou.html](http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/antiores/n22/22_jesteinou.html)

35. Los docentes retrucan con argumentos:- 25 segundos de publicidad en televisión cuestan \$450. Equivalen a 529 raciones de comida en un comedor escolar. - \$500 millones equivalen al 60% de la masa salarial docente. Esa es la cifra que destina el gobierno provincial a hacer las redes cloacales, en lugar de obligar a la empresa francesa Aguas Provinciales a cumplir con el contrato.- El aumento de la recaudación de enero de 2005 fue de 119 millones comparada con la de enero del 2004. Mientras tanto, el gobierno propone a los docentes un aumento de \$100 "en negro", lo que equivale a \$6 millones.- El salario básico de un maestro santafesino es de \$210, el más bajo del país. - La masa salarial docente aumentó en cinco años sólo un 25%. La inflación en ese período 68%, y la provincia aumentó sus ingresos en más del 73%. - Más del 60% del salario docente es en negro, mientras la Caja de Jubilaciones y la obra social Iapos siguen en rojo. Si se blanquearan los pagos en negro se cubriría el déficit de la Caja de Jubilaciones y del Iapos. - A nivel nacional las asignaciones familiares son de \$60. En nuestra provincia son de \$20. <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=12970> (un dólar en Argentina es igual a \$2,90 para la compra, mientras que para la venta a \$2,93. el 22 de marzo de 2005)

36. Así que, si resaltáramos algunas de las principales características de la época actual, diríamos: supremacía del poder financiero, revolución tecnológica e informática, guerra, destrucción/despoblamiento y reconstrucción/reordenamiento, ataques a los Estados-Nación, la consiguiente redefinición del poder y de la política, el mercado como figura hegemónica que permea todos los aspectos de la vida humana en todas partes, mayor concentración de la riqueza en pocas manos, mayor distribución de la pobreza, aumento de la explotación y del desempleo, millones de personas al destierro, delincuentes que son gobierno, desintegración de territorios. En resumen: globalización fragmentada. Sub Comandante Marcos Oxímoron <http://www.ezln.org/documentos/2000/20000400.es.htm>.

37. "... Pero a los grandes industriales y banqueros alemanes se les adelantó Henry Ford, que ya financiaba al movimiento de Hitler desde 1922 (The New York Times, 20-12-1922) Tanto es así que Hitler, en cuyo despacho colgaba el retrato de Ford, lo condecoró en 1928 con la Gran Cruz del Águila Alemana... Fritz Thyssen fue el promotor en Alemania de la ayuda financiera al nazismo y además extendió a los Estados Unidos las redes bancarias que le permitieron expatriar sus ganancias y reenviar parte a Alemania para colaborar financieramente con Hitler. En 1926, Thyssen y el empresario estadounidense Averell Harriman crearon la Union Banking Corporation (UBC). En el Directorio de la UBC participaban Roland Harriman en representación de W.A. Harriman & Co, y E.S. James, en representación de Brown Brothers. Y en los directorios de estas dos últimas compañías estaba Prescott Bush, abuelo de George W. Bush. .... También la Ford y la General Motors utilizaron el Trabajo esclavo bajo Hitler, fabricando durante la guerra vehículos militares en Colonia, Alemania, para el ejército alemán. Hitler era un gran admirador del Trabajo en cadena implantado por Ford en sus fábricas. En su autobiografía My life and work, Ford escribió, como recuerda Charles Patterson ("Eternal Treblinka: Our Treatment of Animals and the Holocaust", Lantern Books, New York, 2002), que se había inspirado para el Trabajo en cadena en el modo de operar de los mataderos de Chicago. Así se cierra simbólicamente el círculo.

<http://www.derechopenalonline.com/index.php?id=15,100,0,0,1,0> y Le Monde Diplomatique (versión en español) marzo de 2005. pp 28.

38. Mientras sostenemos la huelga, avancemos en la construcción de una Universidad Democrática y popular. Consejo General de Huelga de la Universidad Nacional Autónoma de México. <http://www.geocities.com/Baja/Mesa/9813/> y <http://www.sindominio.net/cgh/noticias/ultimos.html>

39. Se trata de un ensayo llamado "Teoría de los Quebrados", en preparación, que, tarde o temprano, será parte de esta Filosofía de la Comunicación.

40. [http://personales.ya.com/josumezo/malaprensa/archivos/2005\\_07\\_01\\_archivo.html](http://personales.ya.com/josumezo/malaprensa/archivos/2005_07_01_archivo.html)

41. "Qué vamos a decir del estado actual, con escuelas donde se da clase chapaleando en los charcos de mierda, con salarios de indigencia, obra social inexistente e inflación a toda marcha... Mientras el superávit engorda a los banqueros de la deuda, a funcionarios, y a empresarios amigos o familiares". Tribuna Docente.

<http://www.tribunadocente.com.ar/tribuna68/tres.htm>

42. <http://www.vespito.net/taibo/esp/scrit.html>

43. El Cuarto Congreso Mundial de la Internacional de la Educación (IE), reunido en Porto Alegre, Brazil, del 22 al 26 de julio de 2004: 1 Observa que la mala gestión y la corrupción tienden a desarrollarse en diversos ámbitos de nuestras sociedades, tanto en el sector privado como en el público y afectan negativamente a las actividades económicas y sociales y a la educación; 2 Recuerda los grandes escándalos - salidos a la luz recientemente- en varias empresas multinacionales (inversiones arriesgadas, malversación de fondos, falsificación de balances financieros, etc.) que han tenido graves consecuencias para el empleo y las pensiones de un gran número de trabajadores/as del sector educativo; 3 Recuerda asimismo varios casos evidenciados en países en desarrollo en los que los préstamos de instituciones financieras internacionales y regionales para proyectos mal concebidos y/o mal administrados y/o malversados por motivos personales, han fracasado de manera estruendosa. Las consiguientes consecuencias financieras afectan negativamente a los presupuestos de esos países durante numerosos años, contribuyendo así a agravar los déficit públicos que frenan el desarrollo de la educación. Además el Congreso, 4 Considera que para enfrentar el problema de la mala gestión y la corrupción en la educación, se deben tomar en cuenta dos aspectos: en primer lugar es esencial combatir, allí donde se encuentren, la mala administración y la corrupción en el sector educativo, pero asimismo, la educación debe ser usada como un medio para combatir la corrupción en todos los ámbitos de nuestras sociedades. La ciudadanía reclama el respeto de la educación como bien común y se debe dar a está el sentido de bien público al servicio de todos/as. 5 Observa que los medios de comunicación informan a menudo sobre casos inaceptables de docentes corruptos en centros escolares, involucrados en situaciones y prácticas dudosas en países en donde los dirigentes y responsables que ocupan los puestos de decisión son los primeros corruptos y quienes dan el ejemplo. Esta situaciones producen como resultado condiciones laborales y materiales desastrosas para los/as docentes; 6 Considera que, en la mayoría de los casos, el nivel de corrupción que se encuentra entre los/as docentes está directamente relacionado con el nivel de corrupción de los gobernantes, de las estructuras económicas y administrativas de los países, lo que implica que el éxito en la lucha contra la corrupción en el sector de la educación dependerá de la restauración del funcionamiento democrático y transparente de las estructuras mencionadas; los países del norte tienen una gran responsabilidad en la introducción de la corrupción en esas estructuras. 7 Considera que una precondition para luchar contra la corrupción entre los/as docentes, directores de centros escolares y otros empleados del sector es la atribución de un salario justo que les permita vivir a todos/as de su Trabajo regular en condiciones decentes. El funcionamiento transparente y democrático de las estructuras de decisión es esencial para poner fin a la corrupción. 8 Considera asimismo que las situaciones de mala gestión y corrupción podrían erradicarse o reducirse significativamente, mediante la instauración de un auténtico

diálogo social en un marco de concertación en el que las organizaciones sindicales representativas de los trabajadores sean reconocidas y escuchadas por los poderes públicos. El funcionamiento de este marco de concertación y/o de negociación debe basarse en la transparencia y la democracia; 9 Considera que la toma de conciencia por parte del personal del sector educativo acerca de las prácticas de corrupción y sus funestas consecuencias, debería realizarse en las actividades de formación inicial y continua y debería integrarse en la ética profesional; 10 Considera, por último, que la labor de sensibilización de alumnos/as y estudiantes sobre estos temas, debería llevarse a cabo en el marco de los programas de educación para los derechos humanos y para la ciudadanía. Programas que deben expresar que el dinero no es el único valor que debe motivar a nuestras sociedades, que las leyes deben ser aplicadas y la corrupción fuertemente sancionada. Por lo tanto el Congreso, 11 Insta a que las instituciones financieras internacionales y regionales consulten a todas las partes, en especial a las organizaciones sindicales de docentes, antes de proceder a la elaboración, la viabilidad y el seguimiento de los proyectos financiados a fin de prevenir las prácticas de mala gestión y corrupción; 12 Solicita al Consejo Ejecutivo que prosiga sus discusiones con las organizaciones intergubernamentales como la UNESCO, el Banco Mundial y la OCDE a fin de asegurar que esos problemas se tomen en consideración y se estudien propuestas destinadas a su eliminación en el marco de un grupo interinstitucional que incorpore a la IE; 13 Insta a las organizaciones afiliadas a conceder una atención especial a posibles casos de mala gestión y de corrupción nacionales y a tomar la iniciativa de incluir dichas cuestiones en las actividades de formación profesional y sindical; 14 Solicita al Secretariado que refuerce los lazos con la ONG "Transparencia Internacional" y que contemple la posibilidad de realizar programas conjuntos. <http://www.ei-ie.org/worldcongress/es/reso200405.html>

44. Dejó escrito Gilles Lipovetsky en su libro "El crepúsculo del deber", publicado en 1992: "Todos podridos, todos corrompidos: ese juicio poco agradable hacia los hombres políticos está de moda en Francia. Lo notable es que no está acompañado por un despertar de la conciencia cívica, es más bien lo que permite legitimar sin problemas la desafección colectiva hacia la cosa pública". <http://www.saladeprensa.org/art273.htm>

45. (1926-1984) El valor de su figura en el ámbito del periodismo mexicano se confirmaría el 30 de mayo de 1984, cuando un sicario lo ultimó por la espalda para cerrar el foro en que se había convertido su columna "Red Privada".

46. <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/FMB/manuel.html> Manuel Buendía: la lucha contra los "poderes invisibles Carlos Monsiváis.

## **XI. Manifiesto de la Comunicación Revolucionaria**

Busquemos todas las formas, todos los medios y modos... insistamos una y otra vez como podamos, desde donde podamos. Con lo que ya tenemos corregido y aumentado. Aquí, poesía y comunicación revolucionaria son una misma cosa.

*En los ejércitos de antes, el militar aprovechaba el tiempo para limpiar su arma y rehacerse de parque. En este caso, como nuestras armas son las Comunicaciones, tenemos que estar pendientes de nuestro arsenal a cada momento.*

Subcomandante Insurgente Marcos, 25 de marzo de 2001

### **a) Ganar la comunicación**

Denunciemos la barbarie que nos acorrala y devasta, denunciemos los genocidios y la censura donde ocurran. Denunciemos la miseria. Pero no sólo denunciemos, construyamos también, lo que nos toca, de un camino ascendente. Construyamos con la imaginación liberada. Somos testigos, protagonistas y víctimas de una guerra ideológica, virulenta, empeñada en imponer los valores burgueses más nocivos y aberrantes. Padecemos el gran embrollo de las mafias mercantiles trasnacionales. Se censura y asesina al espíritu rebelde, sus creaciones, enseñanzas y comunicaciones. Y no basta con quejarse ni con el estruendo de mil turbinas. No basta el alarido... es precisa la transformación, organizada y desde abajo, con independencia semántica, sintáctica y poética. Nos falta comunicación para organizarnos y nos falta organizarnos para ganar la comunicación.

A estas horas la comunicación libre debe abrirse para que las gargantas canten tempestades de insurrección bien pensada y organizada. Comunicación primero ética que estética, ciencia, técnica, artesanía, ancha e irreductible, un arma, una forma superior de lucha con sus imágenes... una “álgebra profunda y concreta”. Un producto de cierto trabajo no alienado purificado y purificante... una *alquimia* del ser humano liberado. Comunicación que no es mejor o peor que otras, que no es beneficiaria de “iluminaciones” o privilegios de especie o

clase. Comunicación de exteriorización humana, donde las formas vibran emocionalmente electrizadas. Comunicación capaz de transformar la vida... cambiar al mundo. Comunicación militante de la libertad e investigadora fantástica de la imagen, rebelde en la práctica. Comunicación que habrá de valerse de cuantos medios tenga al alcance para movilizar todos los ejércitos emocionales hacia el triunfo final de la humanidad, en contra de todas las opresiones.

Comunicación transformadora que expanda e inaugure visiones y conciencia de una humanidad sin clases, sin Estado, sin propiedad privada. Comunicación magnética que encienda todas las máquinas amorosas para la resolución de los problemas en la vida práctica armada también con poesía para liberar a la humanidad de todo aquello que la aprisiona en los límites de sus necesidades más elementales. Comunicación que gozará la vida en todos los poros como una música contraria a la estupidez y la gratuidad. Y si logramos una comunicación “bella” será porque es maravillosa, porque sólo lo maravilloso es bello, y semejante maravilla no puede provenir más que de poner en común nuestra fuerza para construir el futuro. Esa será la Revolución (no de una secta, no de una imposición dogmática, no de una burocracia). Será precisamente comunicación revolucionaria donde toma parte otra especie de música intelectual desde el fondo del corazón y en plena praxis.

Comunicación contra el culto de la vanidad salivosa. Contra todo engendro vomitado a destajo en trances de prostitución o cursilería negociables. Comunicación contra la palabrería santificada entre genitales insatisfechos con calenturas patrioterías. Contra los retruécanos eyaculatorios de caballeros o niñas sensibleros, se llamen como se llamen, publiquen lo que publiquen, se premien como se premien. Es decir, comunicación necesaria, arma-herramienta de lucha capaz de iluminar con sus fulgores las zonas más intrincadas de la vida, de los universos interiores y exteriores, luz multidireccional, luz centrífuga y centrípeta hacedora de formas nuevas, venidas de la materia, del tiempo y el movimiento en la producción emocional de todos, la magnificencia misma de la humanidad estremecida con poesía. Comunicación con luz de metralla escalofriante, luz de repetición y

turbulencia que agita corazones y espasmos. Belleza convulsiva. Comunicación magnética que atrae magnificencias al terreno de los hechos. Comunicación lumínica que transforme al mundo... que transforme la vida. Sabemos que hay riesgos como nunca en las circunstancias presentes. Es imposible revitalizar el mundo en que vivimos, es inútil aferrarse a él, es preciso atreverse a cambiarlo desde sus logros mejores. Y eso tiene costos que son, hoy por hoy, ineludibles.

Una vez que hayamos asumido un estado de visión semejante ya no será posible, como antes, confundir la mentira con la verdad. No es la fuerza de la comunicación un medio para acceder a un mundo “ideal”, “perfecto” dogma de sectarios, sino para salir de uno falso. Para la reclasificación espontánea de las cosas según un orden más profundo y más preciso e imposible de dilucidar mediante la razón de la miseria. Para un orden, organización, sensible e inteligente. Comunicación para hacernos comprender, en consenso, no bajo las maneras ordinarias, sino con lenguajes nuevos, no exclusivos ni excluyentes, con el filo de nuestra obstinación revolucionaria encarnizada, para que conmocionemos; desequilibraremos el pensamiento hegemónico. Y, sin negar los mejores logros, avanzar desde donde estamos.

En nuestros días es necesario sembrar la comunicación revolucionaria por todas partes, impulsar lenguajes y “puesta en común” nuevos hasta que el espíritu alcance la idea permanente de la necesidad revolucionaria, en el sístole y el diástole, donde se pondrá en marcha la unidad, no uniforme, de todas las categorías poéticas. Comunicación hecha por todos, no por uno.

### **b) Lo mejor es organizarse, no amontonarse**

Pero no para hacer triunfar intereses individuales, sino para cambiar la vida, las estructuras sociales y la realidad del individuo. Y no serán los “comunicólogos” quienes hagan la revolución, serán los obreros y los campesinos organizados, bajo un programa en el que no estará ausente una táctica y estrategia de comunicación, que ayude a que los trabajadores del mundo se unan. Comunicación en la que ayu-

den los escritores revolucionarios, los poetas llamados a sumarse en la lucha como un guerrero más, bajo crítica y autocrítica permanente, acompañante de los protagonistas y protagonista a su vez. No adelante, no arriba de los trabajadores, sino al lado, codo a codo, como trabajadores también. No se aceptan gurúes.

A la comunicación, que es una de las más importantes conquistas de la humanidad, también le ha ocurrido el saqueo, la malversación, el robo y la censura para beneficio de unos cuantos y la explotación de la mayoría. Muchos de los mejores logros de la comunicación viven secuestrados bajo el imperio de comerciantes que hacen pasar por “logro moral” su habilidad impune para beneficiarse con lo que es propiedad humana colectiva: la producción del pensar y el saber... la comunicación, la cultura y el trabajo. Maquinarias, medicamentos, tecnología, medios de comunicación, pinturas, esculturas, lenguajes... un arsenal de conquistas humanas al servicio de un sector o clase que, con violencia administrada (cultura bélica), saquea y destruye las fuerzas productivas a diestra y siniestra.

No soñemos con comunicación plena y libre en una sociedad enferma. Soñemos la transformación de la sociedad y además la transformación de su cultura, su comunicación y lenguajes. No se puede (o debe) pensar la comunicación, la cultura y los lenguajes al margen del estado que guarda objetivamente el desarrollo de las fuerzas productivas. No se debe pensar el trabajo de expresarse libremente (incluido el de la cultura, el arte, la filosofía...) sin los trabajadores, sus circunstancias, las calamidades que los marcan y también sus potencialidades revolucionarias objetivas. No hay tesis coherente sobre la comunicación si se omiten las condiciones concretas donde se produce y de quienes la producen.

Aunque en la concepción burguesa de la comunicación se den cita enunciados con apariencia “pluralista”, “democrática” e incluso “revolucionaria”... es necesario establecer que, en una sociedad dividida en clases, el debate sobre la comunicación es ineludiblemente un debate de clase. La comunicación no es un acontecer abstracto que puede despegarse de las condiciones concretas y las necesidades colectivas. La comunicación sólo se desarrollará sobre sus mejores

conquistas, dialéctica y colectivamente, cuando la sociedad logre su emancipación definitiva. Y permanezca armada para defenderse. Mientras tanto, los logros impulsados desde las ciencias, artes o tecnologías, hasta hoy privilegio de pocos, son sólo índices de un grado importantísimo, pero parcial, del desarrollo humano total.

Sin un programa político de comunicación revolucionaria para modificar radicalmente el paisaje de barbarie y miseria actual, es decir, ganar las herramientas de producción comunicativa en manos de los trabajadores y hacia el socialismo, cualquier discurso es simplemente más de lo mismo. Demagogia, reformismo, burocracia o sectarismo que ya nos ha mostrado su incapacidad para impulsar el desarrollo de las fuerzas expresivas bajo un plan distinto que sea hecho, desde una humanidad, en sí y para sí.

En todos sus significados la producción desalienada de la comunicación revolucionaria, con sus lenguajes no alienados y no alienantes, supone la lucha por el trabajo no alienado y la posibilidad de participar libremente, y mundialmente, en la transformación de la sociedad toda. Supone un pie de igualdad en las condiciones de su producción, un acceso irrestricto a las herramientas de producción y la construcción de espacios, medios y modos para la exhibición libre de las propuestas y logros. Pero especialmente supone conciencia de las necesidades puesta en programas legitimados colectivamente para una comunicación no sectaria, no iluminista y no burocrática de la creación y recreación de la cultura.

Ya hemos visto que a la comunicación se la usa como caballo de Troya. En las escuelas, los espectáculos, los círculos intelectuales y científicos... para desembarcar ejércitos ideológicos y doctrinas domesticadoras que “elevan” al espíritu de los pueblos y lo alejan de esos de hábitos “ignorantes” que afean el decorado burgués. Ya hemos visto, bajo todas sus variantes, el ataque modelizador de conductas que se visten con lentejuelas “cultas” para esconder discursos donde sólo los valores dominantes tienen cabida. Ya hemos visto el circo oligárquico de los empresarios que ven en la comunicación ese toque de “gran estilo” que hace pasar por “culto” cualquier ardid para llenar teatros, hoteles, aviones... destinos turísticos. Ya hemos visto lo que

las burocracias son capaces de hacer con la comunicación para hermo-sear, con dádivas tramposas, el ejercicio de su poder y de sus pre-suestos. Desde el capitalismo hasta el estalinismo.

En general, el esmero, detalle, pulcritud y palabrería con que se elaboran los planes y plataformas para la comunicación burguesa, con sus lenguas y sus lenguajes... con los gobiernos al servicio de los monopolios *mass media*... sirven como púlpitos para todo tipo de clientelismo que extorsiona a los pueblos con todo tipo de jugarretas emocionales y fraudes intelectuales. No les faltan especialistas, títulos ni argumentos de clase; son impecables en la logística de las preben-das y canonjías. Son suficientemente escolásticos y ecléticos, y, sobre todo, son eficientemente demagógicos. Rinden informes deta-llados, hacen pasar por riqueza una red miserable de auto-proclama-ciones llenas de aplausos para un rey tuerto que gusta de tragar ojos de súbditos. Algunos ganan premios internacionales.

### **c) ¿Qué papel juegan los trabajadores de la comunicación?**

Un trabajador de las artes, las ciencias o la educación en comuni-cación es un trabajador más, igual que todos, sus posibilidades de des-arrollo están determinadas por el nivel de desarrollo de todos y su tra-bajo, incluso con las peculiaridades más innovadoras, debería ser con-tribución al desarrollo general de los seres humanos liberados de la explotación. Los poetas, pintores, músicos, teatristas, vídeoastas, inte-lectuales, bailarines... no son más dueños ni más hacedores de la comunicación que los obreros, los panaderos, los electricistas... La idea de creación en comunicación, restringida a inteligentes o genios ,reproduce la separación clasista de la sociedad y la fetichiza. Es una estupidez y los talentos individuales, que son innegables, deben expli-car históricamente a qué intereses sirven.

Contra la censura nuestras armas no son distintas a las armas comunes en función revolucionaria. Es decir, el arma no es una repre-sentación simbólica de lo que la lucha y el mundo son, sino herra-mienta de destrucción-construcción bajo la brújula de un programa revolucionario. Tatuado en las armas. Con la poética engendrada por

la revolución toda arma de comunicación es, además, relato de la gesta gracias a necesidades conscientes y a una imaginación colectiva no alienada. No son panfletos, no son pose y falacia. Las armas de la comunicación revolucionaria son relato de una teoría y práctica transformadoras que recuerdan siempre sus objetivos como un reloj histórico que apunta, con sus manecillas, la hora del triunfo. Esta idea de Revolución, unida a la comunicación, no es otra cosa que la comunicación al servicio de la Revolución. En el corazón de la Revolución reposa el amor, la poesía, lo maravilloso. La vida no es un fluir lineal predestinado, fluye en estallidos hacia fuera gracias al amor con su erotismo, por eso los modos más elevados de comunicación deben ser acción y reflexión en el pensamiento poético revolucionario. Hay que comunicarlo.

**d) La revolución, el acto de amor, el acto de poesía y el acto de comunicación no son incompatibles**

El amor como forma superior de la comunicación.

La comprensión de esta premisa complementa toda nuestra táctica y estrategia... mostrar al amor como una ceremonia (un lenguaje) que no se realiza a espaldas de la sociedad y que es una necesidad primordial para una vida que se dignifique en y con la lucha. Forma superior de la comunicación. Lucha en primera y última instancia con amor revolucionario en un mundo en transición hacia un amor revolucionario permanente. El amor es, en nuestra definición guerrera, reconocimiento de la revolución en la persona amada, es la libertad, es ceremonia, purificación y piedra de fundación: el misterio de la persona libre. La poesía y la comunicación tienen un lugar en el lecho como el amor. Sus sábanas deshechas son la aurora de las cosas. La comunicación revolucionaria se hace en los bosques y en las fábricas, en las escuelas y en los límites. Debe tener todo el espacio que necesite. Para preguntar por la hora de la revolución, la humanidad debe preguntar por sí. Entonces otro mundo puede nacer de la contradicción entre lo que vivimos y cómo queremos, debemos, merecemos vivir. Puede nacer una revolución ahí donde la conciencia se disponga a evitar toda

caída en la miseria del mundo. Eso será también poética y comunicación revolucionaria que, de la teoría a la práctica, y viceversa, contribuya, objetiva y subjetivamente, en la destrucción del imperio burgués y al ascenso del espíritu libre, hacia una humanidad plena. Seguramente lo que no avance con la revolución terminará disecado en alguna vitrina de la historia, acaso como testimonio de lo que hubo de morir para que naciera lo nuevo. Y la poesía no está exenta de semejante dialéctica. Hubo quizá gérmenes revolucionarios en toda obra que se propuso impulsar el desarrollo humano. Probablemente estuvo presente en todo salto cualitativo que implicó avance.

Pero muchas afluentes revolucionarias en la cultura quedaron paralizadas, por razones endógenas y exógenas, de manera desigual y combinada, hasta el punto de impedir el desarrollo de sí y desde sí. Lo revolucionario cesó de serlo incluso en la comunicación hasta romper con sus términos esenciales y cancelar incluso su definición. Cada uno es libre de decir y escribir lo que le agrade, afirmaba Lenin, en 1905, la libertad de prensa y de comunicación debe ser completa. Tomemos el derecho de llevar adelante, tanto en literatura como en arte, en ciencia, en educación, en agricultura y en carpintería... la investigación de nuevos medios de comunicación, como derecho de la humanidad de continuar profundizando el problema humano de la libertad y renunciar a juzgar la calidad de una obra por la actual vastedad de su público. Opongámonos a cualquier tentativa de limitación del campo de observación y de acción que la humanidad aspire a crear intelectualmente para atender sus necesidades cambiantes. Logremos un acuerdo sobre las condiciones que, desde un punto de vista revolucionario, la comunicación, la poesía faculte al arte, a la ciencia... a la poesía toda, a participar en la lucha emancipadora, permaneciendo enteramente libres, en su dominio específico. Sin que libertad implique indiferencia, sin que libertad suponga falta de solidaridad con la lucha obrera y campesina.

Acordemos luchar contra quienes consienten que la comunicación, el arte, la ciencia y el pensamiento todo, sean sometidos a disciplinas incompatibles con sus medios, ratifiquemos nuestra voluntad deliberada de atenernos a la fórmula: toda la libertad en comunicación revo-

lucionaria. Coincidamos en que, bajo las condiciones actuales de genocidio, en todas sus formas, la tarea suprema de la comunicación, el arte, la ciencia y el pensamiento es participar conciente y activamente en la preparación de la revolución. Acordemos que ni científicos, ni intelectuales, ni aristas pueden servir a la lucha emancipadora, a no ser que estén subjetivamente penetrados por la necesidad revolucionaria organizada, social e individual, que traduzca el sentido y drama de la revolución en sus nervios para que procure, libremente, dar una encarnación artística, científica, comunicacional, etc., a su mundo interior y exterior. Coincidamos en no someternos a burocracia o secta alguna. En no aceptar la felicidad por etapas o en un sólo país. No esperemos de la burguesía, de las burocracias, las sectas y del estalinismo nada que no sea execrable. Coincidamos en que es necesario comunicarnos, organizarnos, que si la organización es, en lo posible, expresión de avance, nuestra situación es francamente atrasada, poco inteligente y acaso miserable. Aunque nos cueste a muchos será necesario someter a crítica atenta ciertos pensamientos nuestros que nos impiden luchar juntos. ¿Queremos, podremos? Seremos capaces de encontrar la comunicación revolucionaria si trabajamos un conflicto universal contra la lógica de la miseria. Si nos oponemos a cuanto reduce la comunicación a un marco farandulero o decorativo. Si reunimos fuerzas de sobra para dar fin a toda farsa siniestra, a esta pulsión burguesa delirante y enloquecida que nos explota, a este circo de bestias asesinas. Todo está aún por hacerse, lo estará siempre.

No hay obra acabada. No se admiten compromisos dubitativos. La historia de la humanidad renacerá de la noche, bajo el pico de una cigüeña tartamuda. Es nuestra realidad. Ataremos el viento a los cabellos de la poesía y la comunicación revolucionarias, y al plan de los obreros en una batalla de arcoiris extremo donde se apoye todo pie para montar estrellas. Batalla arcoiris en las entrañas del cielo que tomaremos por asalto con el engranaje perfecto de pétalos a caballo galopando la risa de Marx, de Lenin, de Trotsky y de Engels. Comunicación y poesía conciente de sus determinaciones histórico culturales. Es decir, una comunicación revolucionaria como luz que busca el ojo hasta que lo encuentra, como balbuceo que busca su len-

gua astronómica y la encuentra, como luz de idioma magnético. La comunicación revolucionaria pastará ensimismada sobre las voces obreras nuevas. Algún día, lo sabremos sin secretos, saldrá un arcoiris como un tranvía, haciendo el amor y del amor saldrá una selva, una flecha, una liebre, una cinta, una catarata, una mirada nueva hoy escondida al fondo del ojo. Cuantos se impongan la misión de construir una pensar y hacer comunicación revolucionaria lucharán contra los sacerdotes de la “inteligencia” burguesa y apuntarán, contra todas las miserias, las armas del marxismo de largo alcance. Y nos urge organizarnos. Es necesario que se sepa, es necesario que alguien lo diga con voz de mariposa milenaria, profeta de constelaciones, mientras bailamos sobre el azar de la vida y empezamos los años y los siglos nuevos como cascada épica sobre el cielo.

Después de tantos siglos y más siglos, andará por la tierra la comunicación revolucionaria con miríadas de frases proféticas que se convertirán en constelaciones. Como una ruta hacia el horizonte de la revolución ahora luciérnaga-volcán del futuro, donde los astros crujirán las entrañas y el cielo cruzará la garganta del poeta que lo toma por asalto. Desafiaremos al silencio, incluso con blasfemias y gritos, hasta que caiga el rayo ansiado de esa alquimia de comunicación revolucionaria que nos llevará al otro lado de la periferia consciente e inconsciente... Sonora como el fuego de una orquesta de sirenas. Como cuna de todas las lenguas nuevas de donde salga una flecha contra la barbarie higiénica, limpia, entre ruinas de humanos en los mercados plantados de preceptos. Comunicación revolucionaria para escuchar la elocuencia de las estrellas y la oratoria del árbol, del alma y la luna almendra. Comunicación protesta en gritos oceánicos y arañá al destino de los miserables. El eco de voz que hace tronar el caos.

Mientras los astros y las olas tengan algo que decir será por boca de la comunicación revolucionaria que hablará a los hombres como procesión de instintos que asciende en pos de la verdad a la hora de vivir la libertad como instinto contagioso de campanas con pies de arroyo. Lo posible, mientras tanto, sigue siendo extenso y desafiante. También lo imposible. A estas horas el sol tantea el último rincón

donde se cocina la comunicación revolucionaria. Y nace una selva mágica y sube un canto de mil barcos que llegan. Es hora de despertar en todas partes un sueño que saca al hombre de la tierra para que tome el cielo por asalto. Y lance pájaros con esperanza, al amanecer, de la bóveda como amor y paciencia de la comunicación revolucionaria con que nos frotamos las manos y reímos, nos lavamos los ojos y jugamos. Cada tiempo tendrá insinuación distinta.

Todo es posible en este mirar sencillo los subterráneos de la vida, nada será lo mismo. Esta comunicación revolucionaria teje ya las noches y las mañanas para que el paisaje se llene de locuras frescas y el trigo vaya y venga de la tierra al cielo, del cielo al mar, buscando las cosquillas de las espigas. Se trata del estado superior de las imágenes... su “álgebra profunda”. Su realización purificada y purificante... la alquimia materialista del ser dialéctico. Por causa de heridas que nos atan las alas, la magia poética lima los barrotes y hurta la llave de los sueños encerrados bajo una certeza de raíces en cielo rebelde que no huye de nuestros mares íntimos. La comunicación como estrategia de la vida, producción humana monumental que escampa horizontes, revela territorios, expande el deseo. Podemos creerlo, la comunicación revolucionaria tiene el mismo poder que los ojos de la amada. Hace pensar en el comienzo del mundo que sigue su órbita concienzudamente. La verdadera comunicación revolucionaria es incendio cósmico como el amanecer. Se propaga e ilumina sus consumaciones con estremecimientos de placer o de agonía. Huye de lo sublime externo. Habla una lengua de corazones bajo las leyes del sol, entre nubes comunicantes y colchones de neblina intermitente. Las llamas de la comunicación revolucionaria ven las montañas, los ríos, las selvas, el mar, los barcos, las flores y los caracoles. La noche y el día, eje en que se juntan el gran poeta y su caballo, que come alpiste, calientan su garganta con claros de luna. Por cada gota de comunicación revolucionaria la montaña hará suspiros que conocen los secretos de la noche, los martillos y los monederos falsos.

Aquél que bebe el vaso caliente de la comunicación revolucionaria conoce la ruta de la fatiga, la estela hirviente que dejan los almacenes de recuerdos. La comunicación revolucionaria es semejante a

una red parpadeante de aerolitos sin testigo, se levanta en el corazón y baja los párpados para hacerse la noche del reposo agrícola. Es cazadora de pájaros sin corazón. Está quizá al extremo de la canción próxima y será como cascada en libertad y rica como línea ecuatorial. Todas las cobardías, las abdicaciones, las traiciones que quepa imaginar no lograrán impedir la erupción descomunal de la comunicación revolucionaria. Por eso la fidelidad inquebrantable a las obligaciones que impone exige interés por el riesgo. La comunicación revolucionaria vivirá incluso cuando no quede ni uno de aquellos que fueron los primeros en percatarse de sus promesas.

Es demasiado tarde ya para que la semilla no germine infinitamente en el campo humano, pese al miedo y a las restantes variedades de hierbas de insensatez que aspiran a dominarlo todo. Si deseamos librarnos de la apatía ante la miseria hay que encuadrar la experiencia de la poesía revolucionaria en todos los frentes donde se libre una lucha real contra la ignorancia. Cada época padece de un mal concreto y la época actual padece de un imperialismo agudo. No hay tiempo que perder, para hablar de la comunicación revolucionaria como un agricultor que sale de los cruzamientos de la espera, urge una sinceridad nueva contra la miseria. No hay tiempo que perder, todo esto, como la letra, cae al medio de pájaros anónimos que cantan como el rubí en el cerebro de las mariposas. No hay tiempo que perder, el buque tiene los días contados, se abren las estrellas con sus banderas que estallan de semillas y alguien aprieta los pedales del viento, pasa el rebaño de estrellas en olas nuevas de materia desnuda. La revolución no viene de tan lejos a pesar del odio petrificado como un sombrero. No hay tiempo que perder, nos hablan los horizontes aún imprecisos con su boca de selva, montaña y noche. La lengua traza arpegios sobre el camino.

#### **e) Darse prisa, darse prisa**

Están listas las semillas y esperan una orden para florecer por su escalera proletaria antes del viaje al cielo. La comunicación revolucionaria hace temblar a la licantrópía con sus garras al viento. No hay

tiempo que perder, conocemos el camino sin límites obediente al instinto de los sentidos. En el tapiz del cielo se juega nuestra suerte y urge tomarlo por asalto. Un cortejo de horas golpea el futuro, se juega el alma, la suerte vuela todas las mañanas con los ojos llenos de fusiles al refugio del cielo. La comunicación revolucionaria tiene los pies atados a su estrella propia que plantará continentes sobre los mares. Lo aprovechable, sólo lo aprovechable para la vida que preparan los obreros con sus astros sonrientes color mundo y carne. Catarata libertad y río lleno de corazón sobre la tierra pájaro, celeste tras los barcos magnéticos de las comunicación que tienen sombra de astros. Comunicación que tiene fuego de rayos e incendios para que no se congele la lengua, comunicación con imanes para el alma de luz y cascadas lujosas.

La comunicación revolucionaria será música de espíritu cítara, plantada en el cuerpo que estallará en luminarias dentro del sueño. Comunicación revolucionaria mojada en mares no nacidos como un combate de estrellas y veleros que parten a distribuir el alma rebelde por el mundo. Verdaderamente no se puede jugar con la comunicación. La función de la comunicación revolucionaria consiste en organizar, de manera diferente, ideas e intuiciones que tenemos medio esbozadas, hacernos ver mejor, hacernos ver “a través de”, ponernos en sintonía con nosotros mismos, y con todo lo que nos rodea para organizarnos mejor, luchar mejor, buscar lo mejor en cada acción humana. Las anotaciones personales y los subrayados desde el primer momento deben tener una proyección hacia el futuro, de cara a la revolución.

Cuanto más importante es el problema y más densa la problemática de clase, tanto más necesaria la comunicación revolucionaria. Hay que trabajar sobre la comunicación con la poesía para la revolución en caliente, desde una concepción de clase. El meteoro de la militancia cruza por el cielo como aviador de estrellas cuidado por la aurora como aeronauta y estrella errante que los ojos han visto entre los pájaros. Ante la guerra sin cuartel, debajo de las luces y las ropas colgadas, la tierra y su cielo cantan en las ramas del cerebro la clave del campo inexplorado. Hay un espacio despoblado que es preciso poblar

con comunicación revolucionaria, con semillas abiertas, juegos y aerolitos de violín que nos traen el recuerdo del horizonte nuestro. Si nos armamos con la poesía revolucionaria y la vivimos plenamente, desde el interior, aprenderemos a orientarnos en estos mundos.

Las preguntas fundamentales no provocarán en nosotros el reflejo feo de hojear mentalmente el pasado, para “volver a ver” la página en la que está todo explicado, sino, más bien, el reflejo de “situarnos”, con la imaginación concreta en una revolución plena, en una solución impregnada de amor geológico y, después, al “mirar a nuestro alrededor”, describiremos que vemos una humanidad para sí. Todos los lenguajes son un instrumento, no un fin. Sin comunicación puede suceder que, si sólo sabemos los lenguajes, nada tengamos que decir. Hay que estudiar los lenguajes todos mientras se estudian otras cosas, no en lugar de estudiar. La poesía revolucionaria se baña en algún piano donde brotan las comunicación como recuerdo de música en el silencio.

Nadie impedirá que la comunicación revolucionaria se clave en la eternidad para alumbramos con fuego la suerte. Y con nuestra carne florezca, donde el aliento se corta, para hinchar las campanas de todas las estrellas sobre los ríos desbordados como hoguera imperativa con olor de pasión que invadirá al orbe del futuro. La comunicación revolucionaria se ocupa y se ocupará constantemente, ante todo, de reproducir este momento ideal en que el hombre, presa de una emoción particular, queda súbitamente a la merced de algo «más fuerte que él» que le lanza, pese ciertas limitaciones de su realidad, hacia los ámbitos de la revolución permanente. Al salto magnífico de lo cuantitativo y lo cualitativo hacia su desarrollo en contra de todo lo que lo frena. Lúcido y alerta, sale, después, a enfrentar un paso nuevo. Lo más importante radica en que es ineludible semejante experiencia, plena de emoción, que no dejará de expresar su campanilleo misterioso, ya que, efectivamente, la humanidad comienza a auto-pertenerse. La comunicación revolucionaria tiene un mirar de vértigos. Alborada que borda certezas sobre el cielo que tomará por asalto y del que todos tomaremos tinta sin nombre. Comunicación, lengua de obra y lucha

que hablaremos para siempre vertiginosos. Belleza convulsiva que abrirá para siempre esta caja de mil fondos llamada humanidad.

Deberíamos re-inventar, con comunicación revolucionaria y a partir de sus logros máximos, las obras todas dadas hace siglos. La hora de la comunicación revolucionaria es también una hora de transformación de nuestras necesidades en rompecabezas bastante más refinados. Los conjuntos naturales de objetos y de fenómenos, tocados por la comunicación revolucionaria, ya no coinciden con nuestros pensamientos ordinarios. La realidad impone problemas nuevos, exige luchas nuevas y estrategias nuevas. Dejemos de esquivar, levantemos la comunicación revolucionaria contra la vida miserable a que nos condenan a vivir. Levantemos unidos la comunicación revolucionaria como ejército de luz, contra las emboscadas. Al lado (o detrás) de millones de obreros que levantan al cielo sus banderas de aurora, la única esperanza, la última esperanza contra el hambre eterna y el descorazonamiento, contra la angustia que cuelga de los pechos.

Contra las alucinaciones de la angustia, tantos siglos acumulada como lágrima inmensa. Contra la muerte infiltrada de rapsodias burócratas, infiltrada de pianos tenues y banderas camaleónicas con transfusiones eléctricas de pesadilla y fatalidad en nombre de un idiota. Démonos la unidad, no uniforme, como flor de manos en acción y muchedumbres de aullidos rebeldes. Para que los mundos galopen en órbitas sin angustia. Para que se rompan los candados del cerebro y un huracán de poesía arrastre la podredumbre. Para que resuene otro violín gutural acompañando al piano de la revolución. Para que otra voz embrujadora traiga su gramática olorosa y triunfal como tempestad ardiente en nuestros cráneos.

No hay métodos rápidos ni técnicas milagreras para unidad ni para la comunicación revolucionaria. El comunicador revolucionario debe saber que toda oficina, toda fábrica tiene su buena cuota de ritualistas obsesivos, de sádicos, de petulantes... El especial sadismo de la burguesía sabihonda, a costa del ignorante tiene una larga historia, densa y amarga... Durante siglos, los profesores, los preceptores, los maestros de música y de canto eran, entre otros, en realidad, sirvientes... ¿Y hoy? ¿Dónde estamos parados? ¿Qué nos une? ¿Quién fabrica nues-

tra incapacidad organizativa, de unidad, de lucha, juntos... no revueltos? La comunicación revolucionaria está aquí ¿Se escucha? Está detrás del ruido siniestro en los pechos cerrados. Abrirá la puerta del alma con un suspiro de huracán. ¿Acudiremos?

Y la tarea primera sigue siendo contribuir, sin dogmas, con la organización revolucionaria como un telescopio que apunta la cola de un cometa infatigable. No hay puerta de salida sin la revolución y sin su comunicación. La unidad producirá grietas al fondo del infortunio, del tiempo y de nosotros mismos... por ahí se filtrará, a través de todos los espacios y todas las edades, el viento de la revolución que se enredará en la voz contra esta noche fría de gruta en huesos de miseria. ¿Eso es poco? Desorganizados somos como un barco que se hunde y apaga sus luces en las aguas de la impotencia, mientras, los perros burócratas ladran a las horas que se nos mueren. Acordemos la unidad porque muchos siguen haciendo pasar por “comunicación” una impostura decorativa dedicada a disfrazar, estéticamente, la miseria. Mueven la cola, hacen gracejetas al patrón que saca cheques para comprarles, rentarles, exhibirles obras. Siguen haciendo pasar por “comunicación” la payasada farandulera más decadente.

Coincidamos en unirnos en un Frente Mundial revolucionario con lugar para disentir y construir. Frente que sea frente y no espaldas de algo o alguien. Frente que no nos diluya, que no nos *corporativice*. Frente para no dejar de ser lo que pensamos y somos, y para dejar de serlo, sólo si lo deseamos y acordamos. Frente para ganar, no para que nos ganen. Frente para acompañar la revolución obrera y campesina, no para ilustrarla ni usufructuarla. Frente para la unidad no para la uniformidad. Frente confiable, no rentable. Coincidamos, porque es posible, para lo inmediato y lo mediato. Para lo de hoy y lo de siempre. Por lo legal y por lo legítimo. Por la esperanza y por la panza. Por la dignidad y por la espontaneidad. Por el humor y por el amor. Por el salario y por el ideario.

El caso es que un buen día quizá cuando el cansancio y la rabia nos antesalen a la noche, antes de caer dormidos, percibiremos nítidamente articulada, hasta el punto de que resulte imposible cambiar ni un solo elemento, la imagen de una revolución plena, no ajena al sonido

de nuestra voz, de cualquier voz, nuestra comunicación como una frase nueva que llegará hasta nosotros sin llevar en sí el menor rastro de distancia y que, según ciertas revelaciones de la conciencia, nos ocupara el resto de la vida. Esa frase, la frase revolucionaria, parecerá, en un insistente, casi atrevida como el cristal.

Aparecerá como un lenguaje nuevo de guerra poética, que no podrá entenderse más que hundiendo sus raíces en el humus revolucionario de los obreros y los campesinos para nacer como una planta nueva siempre. Grabemos rápidamente tal frase en la memoria, y, cuando nos dispongamos a pasar a otro asunto, el carácter orgánico de la frase retendrá nuestra atención. Y entonces poblaremos su vientre con una militancia nueva que se prolongará en la sangre a que responderemos sobre el surco de un arado de luz y ojos enaltecidos. En el examen de la historia no sólo hay que saber, sino que hay que saber de una cierta manera poética... comunicativa. Tiemblen farsantes, uno conoce muy bien sus estrategias.

Estamos en pie de guerra con nuestro cielo lleno de estrellas que esperan convertirse en comunicación revolucionaria, con salpicaduras de astro que sopla sobre el pecho montañas a altura de los deseos. El entusiasmo intacto. Vivitos y coleando. Nos daremos la vida, desde esta muerte que nos dan y contra ella, si juntamos todas las frases revolucionarias, si las organizamos, aquí y allá, para tomar el cielo por asalto, hoy cercado con balas. *Cada palabra que se pronuncia aquí dice al menos esta única cosa: que esta humillante época no ha podido ganarse nuestro respeto.* H. Ball



## Conclusiones (Provisionales siempre)

*Las verdaderas preguntas no se agotan con las respuestas*

Este trabajo produjo, entre otras cosas, insatisfacciones *buenas*. El abanico que abre, a partir del concepto *Trabajo*, dejó ver la necesidad urgente de profundizar y enriquecer al menos tres áreas primordiales:

Una filosofía del trabajo no alienado, más precisa, profunda y depurada.

La actualización de debates sobre el ser y modo de ser de la comunicación en el marco del desarrollo general de los intercambios sociales (expresado incluso en lo cotidiano), sus vicios y tareas pendientes. Una aproximación filosófico-transformadora al problema del Conocimiento, la Comunicación y la Creación.

Hacia un programa revolucionario de los trabajadores en materia de comunicación.

Llena de faltantes esta obra no tiene más remedio que basarse en la conciencia de sus necesidades para reconocerse como despliegue preliminar de líneas temáticas que deben perfeccionarse con ayuda del tiempo, la investigación interdisciplinaria y la práctica social. Nada aporta, más que divertimentos escolásticos estériles, el estudio y práctica de la comunicación si se insiste en mantenerla dormida en la nebulosa idealista que da por definida su existencia en *zonas* de la abstracción metafísica. Hay campos de lucha concretos donde el desarrollo social presenta necesidades específicas guiadas por la premisa de la libertad, la destrucción de toda forma de opresión, explotación y terrorismo. Cada día es más urgente una acción comunicante, cuantitativa y cualitativamente superior, capaz de impulsarse e impulsarnos desde el desarrollo dialéctico de la historia. Y tal acción no puede depender de una *iniciativa privada* por *noble* que se la pinte o santigüe.

No habrá revolución de la comunicación sin revolución social plena. Debemos discutir y acordar los modos de tal revolución, construir acuerdos, programas, experiencias, definir posiciones y tareas

desde la lucha contra el capitalismo imperial, camúflese como se le camufle, hasta la lucha por mantener permanente la revolución de la comunicación. Esto no lo hará un *intelectual* burgués de la clase media encerrado en ínsulas académicas. No lo hará un artista *tocado* por los dioses o las musas de su vanidad. No lo hará un caudillo intrépido ungido de voluntarismo y audacia desde de una selva de micrófonos, arbustos o palabras. No lo hará un guía espiritual ni un mecenaz. Ya tuvimos bastante de eso.

Lo hará una sociedad capaz de derrotar, línea por línea, a toda forma explotación que se enriquece con la esclavitud, la muerte y el trabajo de las mayorías. Lo hará la clase explotada organizada en torno a un programa de lucha, de autocrítica y revolución permanente. Lo hará tarde o temprano no gracias a un milagro, una pócima mágica ni una casualidad de la historia. Lo hará si lo construye, paso a paso, desde el entusiasmo cotidiano hasta las estrategias y tácticas más concretas. Lo hará una sociedad organizada para transformar el régimen de propiedad de los medios de producción, y con ello, los de comunicación. Y vamos retrasados.

Tal atraso sobre la conciencia y práctica de una transformación revolucionaria en materia de comunicación expresa, en lo general, y en lo particular el grado de atraso de las sociedades todas. El grado de atraso en la adquisición de la conciencia sobre sus fuerzas transformadoras. Y este atraso, que no se resuelve contemplándolo ni diagnosticándolo con exquisiteces teoricistas, exige un plan concreto que no puede partir sólo de las ganas, que pide además, potencia filosófica transformadora dispuesta a hacerse y rehacerse en la refriega de las luchas populares. Quien estudia y practica artificios de comunicación para entretener ilusiones de aulas o para movilizar a la organización revolucionaria tiene, le guste o no, la responsabilidad de la autocrítica y la obligación de la acción revolucionaria científica y poética. La historia nos pone a prueba. Eso será materia de un libro próximo. ¿Pasaremos el examen?





## BIBLIOGRAFÍA

### -A-

1. ADORNO, T.W. *Televisión y cultura de masas*. Córdoba, Eudecor, 1966. *Intervenciones*. Caracas, Monte Ávila, 1969.- *Tiempo libre in Consignas*. Buenos Aires. Amorrortu, 1973.- *Crítica cultural y sociedad*. Barcelona. Ariel, 1973.- *La ideología como lenguaje*. Madrid, Taurus, 1989.
2. ADORNO, T. W. & HORKHEIMER, M. *La sociedad. Lecciones de sociología*. Buenos Aires. Protea. 1969.- *Sociológica*. Madrid, Taurus, 1970.
3. ADORNO, T.W.: *Dialéctica negativa*, 1966.
4. AFANASIEV, Víctor: *Manual de filosofía*. Editorial Akal 74, Madrid, 382 pp., 1978.
5. ALFARO, R. *Una Comunicación para otro desarrollo*. Lima. Calandria, 1993.
6. ALQUIE, Ferdinand: *Filosofía del Surrealismo*. Editorial Seix Barral, Barcelona, primera edición, 1974, 211 pp.
7. ALSINA RODRIGO, M. *Los modelos de la Comunicación*. Madrid. Tecnos, 1989.
8. ALTHUSSER, L.: *Escritos (1968-1970)*. Barcelona, Laia, 1975.
9. ÁLVAREZ, J. *Historia y modelos de la Comunicación en el siglo XX*. Barcelona. Ariel, 1987.
10. ANCeschi, G. et ali. *Videoculturas de fin de siglo*. Madrid, Cátedra, 1990.
11. ARNHEIM, R. *Hacia una psicología del arte. Arte y entropía*. Madrid, Alianza Forma, 1980.
12. AUZIAS, J. M. *El estructuralismo*. Madrid, Alianza, 1969.
13. *Antología para Ciencias de la Comunicación II*, México, CCH Vallejo, 1995.
14. ARISTÓTELES. *Política*. Editorial Gredos, Madrid, 1988.

### -B-

1. BAJTIN, Mijail: *Estética de la creación verbal*. Siglo XXI, 1985.
2. BAJTIN, M. *El contexto de Francois Rabelais. La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento*. Barcelona. Barral, 1974.
3. BARTHES, Roland y otros: *Análisis Estructural del Relato*. Siglo XXI.

4. BARTHES, Roland: *La cámara lúcida*. 3ª Edición. Ediciones Paidós. Barcelona-Buenos Aires-México, 1994.
5. BARTHES, Roland: “*Rhetorique de L’image*”, en *Communications*, (40-50), 1964.
6. BARTHES, R./LEFEBVRE, H./GOLDMANN, L.: *Literatura y Sociedad*. Barcelona, Martínez Roca, 1969.
7. BARTHES, R.: *Lo verosímil*. Buenos Aires, Tiempo Contemporáneo, 1970.
8. BARTHES, R.: *Elementos de semiología*. Madrid, Alberto Corazón, 1971.
9. BARTHES, R.: *Sistema de la moda*. Barcelona, Gustavo Gilli, 1978.
10. BARTHES, R.: *Mitologías*. Madrid, Siglo XXI, 1980.
11. BENJAMIN, W. *Discursos interrumpidos I*. Madrid. Taurus, 1973.
12. BAUDRILLARD, J.: *El sistema de los objetos*. México, Siglo XXI, 1969.
13. BAUDRILLARD, J.: *La sociedad de consumo*. México, Siglo XXI, 1974.
14. BAUDRILLARD, J.: *A la sombra de las mayorías silenciosas*. Barcelona, Kairós, 1978.
15. BAUDRILLARD, J.: *Crítica de la economía política del signo*. México, Siglo XXI, 1982.
16. BAUMGARTEN: *Reflexiones filosóficas acerca de la poesía*. Editorial Aguilar.
17. BENSE, M. et al. *La semiótica*. Barcelona. Anagrama, 1975.
18. BERLO, D. K. *El proceso de la comunicación*. Buenos Aires, El Ateneo, 1972.
19. BERMAN, M. *Todo lo sólido se desvanece en el aire*. La experiencia de la modernidad. Madrid. Siglo XXI, 1988.
20. BLAKE, R. H. et al. *Taxonomía de conceptos de comunicación*. México. Nuevomar, 1980.
21. BOURDIEU, P.: *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid, Taurus, 1988.
22. BOZAL, V. (Ed.), *Historia de las ideas estéticas y de las teorías artísticas contemporáneas*, 2 vol., Visor, Madrid, 1996.
23. BRETÓN, André: *Manifiesto del Surrealismo*. Traducción de Andrés Bosch, Editorial Labor, 5ª Edición, primera en *Colección Labor*. 1992.
24. BRONOWSKY: *Los Orígenes del Conocimiento y la Imaginación*. Editorial Gedisa, Barcelona.

25. BRUNORI, V. *Sueños y mitos de la literatura de masas*. Barcelona. Gustavo Gilli, 1980.
26. BUCK-MORSS, S. *Origen de la dialéctica negativa*. Theodor W. Adorno. Walter Benjamin y el Instituto de Frankfurt. México. Siglo XXI. 1981.
27. BURKE, K. *La epistemología de la comunicación*. Valencia. F. Torres. 1974.

-C-

1. CAILLOIS, Roger: *La Estética de la Forma*. Editorial F.C.E.
2. CAMPBELL, Joseph: *El héroe de las mil caras*. Editorial F.C.E. Traducción de Luisa Josefina Hernández. Primera reimpresión, FCE, Argentina, 1992.
3. CASASUS, J. *Ideología y análisis de medios de comunicación*. Barcelona. Mitre, 1985.
4. CASEY, E.S. (1971). *Imagination: Imagining and the Image*. *Philosophy and Phenomenological Research* (31), 475-490.
5. CASSIRER, E. *Las ciencias de la cultura*. México. FCE, 1973.
6. CASTELLS, M. *La cuestión urbana*. México. Siglo XXI, 1973. - *La ciudad y las masas*. Madrid. Alianza, 1986.
7. CASTORIADIS, Cornelius: *La institución imaginaria de la sociedad*. Vol. 1 *Marxismo y teoría Revolucionaria*. Vol. 2 *El Imaginario social y la Institución*. Editorial Tusquets primera reimpresión en Argentina, 1999, Vol. 1- 285 pp., Vol. 2 - 334 pp.
8. CAUDWELL, Christopher: *Ilusión y realidad: una poética marxista*. Editorial Paidós Buenos Aires 1972. 334 pp.
9. CHEVALIER, Jean: *Diccionario de los Símbolos*. Editorial Herder. Barcelona, 1107 pp. 1995.
10. CHIPP, H.B., *Teorías el arte contemporáneo*, Akal, Madrid, 1995.
11. CHOMSKY, N. *Estructuras sintácticas*, Siglo XXI. Ed. México, 1974.
12. COPLESTON, Frederick: *Historia de la Filosofía*. 9 tomos, Editorial Ariel Barcelona-Caracas-México. Tercera reimpresión, México, septiembre de 1987.

-D-

1. D. SUMMERS (1987): *El juicio de la sensibilidad. Renacimiento, naturalismo y emergencia de la Estética*. Tr. cast. de J.M. Esteban; Tecnos, Madrid, 1993.

2. DE MICHELIS, Mario: *Las vanguardias artísticas del siglo XX*. Editorial Alianza.
3. DEBRAY, Régis: *Vida y muerte de la imagen*. Editorial Paidós.
4. DELEUZE, Gilles: *Estudios sobre cine - La imagen tiempo*, Editorial Paidós 1987, 303 pp.
5. DELEUZE, Gilles: *Estudios sobre cine - La imagen movimiento*. Editorial Paidós, 1987, 376 pp.
6. DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix: *¿Qué es la Filosofía?* Editorial Anagrama. Barcelona, 1991, 218 pp.
7. DELLA VOLPE, G.: *Crítica del gusto*. Barcelona, Seix Barral, 1963.
8. DENIS, M. *Las imágenes mentales*. Madrid, Siglo XXI, 1984.
9. DERRIDA, J. *De la gramatología*. Buenos Aires, Siglo XXI. 1971. - La diseminación. Madrid. Fundamentos, 1975.
10. DESCHARNES, Robert: *Salvador Dalí*. Editorial Benedikt Taschen, Alemania, 1992, 224 pp.
11. DEUTSCH, K. W. *Los nervios del gobierno. (Modelos de Comunicación y control político)*. Buenos Aires. Paidós, 1969.
12. DONDIS, A. Donis: *Sintaxis de la imagen*. Editorial Gustavo Gilli Barcelona. 211 pp. 8ª edición, 1990.
13. DORFLES, Gillo: *Últimas tendencias*. Editorial Labor.
14. DORFLES, Gillo: *El devenir de las Artes*. Fondo de Cultura Económica. (Breviarios, 170), Tercera reimpresión, 1993.
15. DORFLES, G.: *Las oscilaciones del gusto*. Barcelona, Lumen, 1974.

-E-

1. E. PANOFSKY (1924 Y 1959): *Idea. Contribución a la historia de la teoría del arte*. tr. cast. de Mª T. Pumarega; Cátedra, Madrid, 1978.
2. E. PANOFSKY (1927): *La perspectiva como forma simbólica*. Tr. cast. de V. Careaga; Turquets, Barcelona, 1973.
3. ECO, Umberto: *Tratado de semiótica general*, Nueva Imagen, 1975.
4. ECO, Umberto: *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas*. Barcelona, Lumen, 1968.
5. EHMER, H. K. et al. *Miseria de la comunicación visual*. Elementos para una crítica de la industria de la conciencia. Barcelona. Gustavo Gilli, 1987.

-F-

1. FALCÓN, MARTÍNEZ, FERNÁNDEZ, GALIANO, LÓPEZ, MERELLO: *Diccionario de la mitología clásica*. Alianza Editorial, Madrid-México. Dos tomos. Primera reimpresión, México, 1989.
2. FLICHY, Patrice: *Una historia de la comunicación moderna. Espacio público y vida privada*. Editorial Gustavo Gilli, 1993, México. 260 pp.
3. FULCHIGNONI, Enrico: *La civilisation de L`image*. Payot. Col. Petite biblioteque payoy, 1972.
4. FURLONG, E.J. (1953). *Abstract Ideas and Images. Proceedings of the Aristotelian Society* (Supplementary volume 27) 121-136. IFurlong, E.J. (1961). *Imagination*. London: Allen & Unwin.

-G-

1. GARCÍA Jiménez, Jesús: *Narrativa audiovisual*. Editorial Cátedra (Signo e Imagen), España, 1993.
2. GARCÍA Jiménez, Jesús: *La imagen narrativa*. Editorial Paraninfo Madrid, España, 340 pp., 1994.
3. GODED, J. (comp.). *Antología sobre la comunicación humana*. México. UNAM, 1976.
4. GOMBRICH, Ernst H: *Historia del arte*.
5. GOMBRICH, Ernst H: *Arte e ilusión*. Gustavo Gilli, Barcelona, 1982.
6. GOMBRICH, Ernst H: *La imagen y el ojo*. Editorial Alianza, Madrid. 302 pp, 1993.
7. GOMBRICH, Ernst H: *Lo que nos dice la imagen*. Editorial Norma, Barcelona 207 pp, 1993.
8. GOMBRICH, E.H., *Historia del arte*, Debate, Madrid, 1997.
9. GREIMAS, A. J. *En torno al sentido*. Madrid. Fragua, 1973.- *Semántica estructural*. Madrid. Gredos, 1973.- *Lingüística y Comunicación*. Buenos Aires. Nueva Visión, 1976.- *Semiótica y ciencias sociales*. Madrid. Fragua, 1980.
10. GUBERN, R. *Mensajes icónicos de la cultura de masas*. Barcelona. Lumen, 1974.- *La imagen y la cultura de masas*. Barcelona. Bruguera, 1983.- *La mirada opulenta*. Barcelona. G. Gilli, 1987.- *El simio informatizado*. Buenos Aires. Eudeba/Fundesco, 1991.
11. GUBERN, Roman: *Historia del cine*. Editorial Anaya.

## -H-

1. HABERMAS, J. *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona. G. Gilli, 1982.- *Conocimiento e interés*. Madrid. Cátedra. 1982.- *Ciencia y técnica como ideología*. Madrid. Tecnos, 1984.- *Teoría de la acción comunicativa*. Complementos y estudios previos. Madrid. Cátedra, 1984.- *El discurso filosófico de la modernidad*. Madrid. Taurus, 1988.- *Racionalización social*. Madrid, Taurus, 1989.-
2. HEGEL, G.W.F.: *Enciclopedia de las Ciencias Filosóficas*. Editorial Porrúa, sexta edición. n° 187. 1ª edición en alemán 1817, 1ª edición en español 1916-1918. Colección Sepan Cuántos. 1990.
3. HEGEL, G. 1966: *Fenomenología del espíritu*, FCE, México.
4. HOBBS, T. 1989: *Leviatán*, Alianza Editorial, Madrid.
5. HOBBSAWM, Eric: *Historia del Siglo XX*. Biblioteca Hobsbawm de Historia Contemporánea Editorial Grijalbo Mondadori, Buenos Aires, 1998. 612 pp.
6. HORKHEIMER, M.: *Crítica de la razón instrumental*, 1947.
7. HORKHEIMER, M.- ADORNO, T.W.: *Dialéctica de la ilustración*, 1947.
8. HOROWITZ, Louis Irving: *Historia y Elementos de la Sociología del conocimiento*. (Antología), tomo I, Editorial Universitaria de Buenos Aires, tercera edición 1974.
9. HUSSERL, E.: *Investigaciones lógicas*, 1901. *Filosofía como ciencia estricta*, 1911. *La crisis de la ciencias europeas y la fenomenología trascendental*, 1935-1936.

## -I-

1. INGLEHART, R.: *El cambio cultural en las sociedades industriales avanzadas*. Madrid, CIS, 1991.

## -J-

1. J. M<sup>a</sup>. VALVERDE: *Breve historia y antología de la estética*. Ariel, Barcelona, 1987.
2. J. JIMÉNEZ: *Imágenes del hombre. Fundamentos de estética*. 2ª ed.; Tecnos (col. "Metrópolis"). Madrid, 1992.
3. JAMESON, Fr.: *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Barcelona, Paidós, 1991.

4. JUNG, Carl: *El Hombre y sus símbolos*, Editorial Biblioteca Universal Contemporánea.

-K-

1. KANDINSKY, Wassily: *Punto y línea sobre el plano*. Editorial Seix Barral, Barcelona, 1986.
2. KANDINSKY, V., *De lo espiritual en el arte*, Labor, Barcelona, 1996.
3. KANIZSA, G.: *Gramática de la visión*. Serie Comunicación, Editorial Paidós, Buenos Aires, México, Barcelona.
4. KANT, Emmanuel: *Crítica de la razón pura*. Versión de la primera edición de la colección Sepan Cuántos Reeditada. Nº 203, editorial Porrúa, 1991.
5. KORSLYN, STEPHEN: *Ghost in the mind's machine*. Nueva York-Londres- Norton, 1983.

-L-

1. L. VENTURI (1936-1948): *Historia de la crítica de arte*. Tr. cast. de R. Arques, Gustavo Gill, Barcelona, 1979.
2. LABRADA, M.A., *Estética*, Eunsa, Pamplona, 1998.
3. LE GUERN M: *Metáfora y metonimia*. Editorial Cátedra.
4. LENIN, Iván Illich: *Obras completas, tomo XIV; Materialismo y Empirocriticismo*, Editorial Cartago, Buenos Aires, 1969. 409 pp.
5. LLANO, Alejandro: *El enigma de la representación*. Editorial Síntesis col. Filosofía - Hermeneia. España, 1999 303pp.
6. LYOTARD, J. F.: *La condición postmoderna*, 1979.
7. LYPTON, Lenny: *Independent Film Maker*. New York University Editions. 1980 .
8. LURIA Aleksandr Romanovich: *El cerebro en acción*. Col. Conducta Humana, Nº 21. Psicología, Piquiatría y Salud. Editorial Martínez Roca, Barcelona. 1984.

-M-

1. M. BARASCH (1985): *Teoría del arte. De Platón a Winckelmann*, Tr. Cast. De F. Salcedo; Alianza Editorial, Madrid, 1991.
2. MARCHESE, Angelo y FORRADELLAS Joaquín: *Diccionario de retórica, crítica y terminología literaria*. Editorial Ariel. 5ª edición, 1997, Barcelona, España. 446 pp.

3. MARTÍNEZ, Abadía J.: *Introducción a la Tecnología Audiovisual*. Serie Comunicación, Editorial Paidós Buenos Aires, México, Barcelona.
4. MARX, Karl: *El Capital*. Editorial Librerías Allende, S.A. 3 tomos. Traducción Floreal Mazía. México, 1973.
5. MARX, Karl: *Miseria de la filosofía*. Editorial Siglo XXI, 10ª edición corregida y aumentada 1987, 215 pp.
6. MATTELART, Armand y Michele: *Pensar Sobre los Medios*. Editorial Fundesco. Madrid 1987. 225 pp.
7. MATTELART, Armand: *La Invención de la Comunicación*. Siglo XXI Editores, 1995. 385 pp.
8. MATTELART, Armand: *Historia de las teorías de la Comunicación*. Serie Comunicación, Editorial Paidós. Buenos Aires, México, Barcelona. Primera edición, 1997.
9. MATTELART, Armand: *El carnaval de las imágenes*. Editorial Akal. Madrid, España. 107 pp. 1987.
10. MATTELART, Armand: *La Publicidad*. Serie Comunicación, Editorial Paidós. Buenos Aires, México, Barcelona.
11. MATTELART, A. *Multinacionales y sistemas de Comunicación*. México. Siglo XXI. 1977.- *Agresión desde el espacio. Cultura y napalm en la era de los satélites*. México, Siglo XXI, 1980.- *La televisión alternativa*. Barcelona, Anagrama, 1981.- *América Latina en la encrucijada telemática*. Buenos Aires, Paidós, 1983.- (et al.) *Tecnología, cultura y comunicación*. Barcelona, Mitre, 1984.
12. MAUTHNER, Fritz: *Contribuciones a una Crítica del Lenguaje*. Editorial Juan Pablos, México, 205 pp. 1976.
13. MAZZIOTTI, N. (comp.). *El espectáculo de la pasión. Las telenovelas latinoamericanas*. Buenos Aires, Colihue, 1993.
14. McLUHAN, M. *La Galaxia Gutemberg*. Madrid, Aguilar, 1970.- *Contraexplosión*, Buenos Aires, Paidós, 1971.- *La comprensión de los medios como extensiones del hombre*. México, Diana, 1975.- (et al.) *El medio es el masaje*. Buenos Aires, Paidós, 1975.- (et al.) *Leyes y medios. La nueva ciencia*. México, Alianza/Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1990.- *La aldea global*. Barcelona, Gedisa, 1990.
15. McDONALD, D.: *La industria de la Cultura*. Madrid, Alberto Corazón, 1969.

16. METZ, Christian: *Psicoanálisis del Cine. (El significante imaginario)*. Gustavo Gilli, Barcelona, 1979.
17. MILICUA, José: *Historia Universal del Arte*. (aavv) Editorial Planeta, España. 11 tomos. 1991.
18. MOLES, A.: *El Kitsch*. Buenos Aires, Paidós, 1973.
19. MOLES, A.: *Sociodinámica de la cultura*. Barcelona, Paidós, 1978.
20. MORIN, E.: *El espíritu del tiempo. Ensayo sobre la cultura de masas*. Madrid, Taurus, 1966.
21. MORRIS, Ch. W. *Signos, lenguaje y conducta*. Buenos Aires. Losada. 1962.- Fundamentos de teoría de los signos. Barcelona, Paidós, 1985.
22. MUÑOZ, B.: *Cultura y Comunicación. Introducción a las teorías contemporáneas*. Barcelona, Barcanova, 1989

-N-

1. NAREDO, M. *Configuración y crisis del mito del Trabajo. ¿Qué crisis? Ritos y transformaciones del sociedad del Trabajo*. Editorial Gakoa, Donosti, 1997.
2. NARREA, Martín: *Semiología de la Imagen y Pedagogía*. Madrid.

-P-

1. PAZ, Octavio: *La apariencia desnuda*. Editorial ERA, México.
2. PENINOU, Jeorges: *Semiótica de la Publicidad*. Gustavo Gilli, Barcelona.
3. PIERANTONI, R.: *El ojo y la idea*. Serie Comunicación, Editorial Paidós. Buenos Aires, Barcelona, México.
4. PLAZAOLA, J., *Introducción a la estética*, Universidad de Deusto, Bilbao, 1991.

-R-

1. R. BAYER (1961): *Historia de la Estética*. Tr. Cast. de J. Router; F.C.E., México, 1985.
2. RAMÍREZ, Juan Antonio: *Duchamp. El Amor y la Muerte incluso*. Editorial Siruela, Madrid. 1993.
3. REALE, G.- ANTISERI, D.: *Historia del pensamiento filosófico y científico III*, Barcelona, Herder, 1988.
4. ROSITI, F. *Historia y teoría de la Cultura de Masas*. Barcelona, Gustavo Gilli, 1980.

-S-

1. S. GIVONE (1988): *Historia de la estética*, con apéndices de M. Ferraris y F. Castro Flórez. Tr. cast. de M. G<sup>a</sup>. Lozano; Tecnos, Madrid 1990.
2. SÁNCHEZ VÁZQUEZ, Adolfo: *Estética marxista*. 2 tomos, Editorial Era. México, 1970.
3. SÁNCHEZ VÁZQUEZ, Adolfo: *Las ideas estéticas de Marx*, editorial ERA 4<sup>a</sup> edición, 1974, México. 293 pp.
4. SÁNCHEZ VÁZQUEZ, Adolfo: *Antología (textos sobre estética y teoría del arte)*. Universidad Nacional Autónoma de México, 5<sup>a</sup> reimpresión, 1996. 492 pp.
5. SÁNCHEZ VÁZQUEZ, Adolfo: *Filosofía de la praxis*. Ed. Siglo XXI, México, primera edición, 2003.
6. SAPIR, Edwar: *El lenguaje*. Ed. Fondo de Cultura Económica. México.
7. SARTRE, Jean Paul: *La imaginación*. Editorial Sudamericana, Buenos Aires. Colección Índice, 129 pp. 1970.
8. SHAFIT, Adam: *Ensayo sobre filosofía del lenguaje*. Ed. Ariel, México.
9. SHANNON, C.E. and Weaver, W., 1949, *The Mathematical Theory of Communication*, The University of Illinois Press, Urbana, IL.
10. SHANNON, C. & WEAVER, W. *Teoría matemática de la comunicación*. Madrid, Forja, 1981.

-V-

1. VALERY, Paul: *Teoría poética y estética*, Editorial Gallimard, 1992.
2. VATTIMO, G.: *La sociedad transparente*. Barcelona, Kairós, 1990.
3. VERÓN, E.: *La semiosis social*. Barcelona, Gedisa, 1981.
4. VILCHES, L.: *La lectura de la imagen*. Serie Comunicación, Editorial Paidós, Buenos Aires, Barcelona, México.
5. VILLACAÑAS, J. L.: *Historia de la filosofía contemporánea*, Madrid, Akal, 1997.
6. VOLOSHINOV, N.: Valentín. *El marxismo y la filosofía del lenguaje*. Editorial Alianza Universidad, Madrid, 1992. 209 pp.
7. VV. AA.: *Cultura, Comunicación de masas y lucha de clases*. México, Nueva Imagen, 1978.
8. VV. AA.: *Industria cultural y sociedad de masas*. Caracas, Monte Ávila, 1992.
9. VV. AA.: *Espacios de poder*. Madrid, La Piqueta, 1991

-W-

1. W. TATARKIEWICZ (1970): *Historia de la estética I. La estética antigua*. Tr. cast. de D. Kurzyca, R. M<sup>a</sup> Mariño y F. G<sup>a</sup> Romero; Akal, Madrid, 1987.
2. W. TATARKIEWICZ (1962): *Historia de la estética II. La estética medieval*. Tr. cast. de D. Kurzyca, M<sup>a</sup> E. Azofra y F. Hernández; Akal, Madrid, 1989.
3. W. TATARKIEWICZ (1970): *Historia de la estética III. La estética moderna 1400-1700*. Tr. cast. de D. Kurzyca, A. Moreno y J. Barja; Akal, Madrid, 1991.
4. W. TATARKIEWICZ (1975): *Historia de seis ideas. Arte, belleza, forma, creatividad, mimesis, experiencia estética*. Tr. cast. de F. Rodríguez; Tecnos, Madrid, 1988.
5. WATZLAWICK, Paul. *La Coleta del Barón de Münchhausen*. Herder. Barcelona. 1992.
6. WATZLAWICK Paul (Editor). *La realidad inventada*. Gedisa, Argentina, 1993.
7. WEAVER, Warren. *La matemática de la comunicación*. En Smith, 1984.
8. WIENER, Norbert. *Cibernética*. En Smith, 1984.
9. WIENER, N. *Cibernética y sociedad*. Buenos Aires. Ed. Sudamericana. 1969.- *Cibernética. Control y comunicación en los animales y las máquinas*. Madrid. Guadiana. 1972.- Dios y Golem SA, México, Siglo XXI, 1987.
10. WINKIN, Yves (Editor). *La nueva comunicación*. Kairós, Barcelona, 1982.
11. WITTGENSTEIN, L. *Investigaciones filosóficas*. Barcelona. UNAM-Crítica, 1985.
12. WOODS, Alan y GRANT, Ted: *Razón y Revolución*. Ed. Fundación Federico Engels, Madrid, 2001  
[http://www.engels.org/libros/razon/raz\\_0.htm](http://www.engels.org/libros/razon/raz_0.htm)



# Índice general

<i>Prólogo</i> .....	7
<i>Filosofía de la comunicación</i> .....	9
<i>Dedicatorias y agradecimientos</i> .....	11
<i>Introducción a la edición corregida y aumentada</i> .....	13
<b>I. ¿Por qué y para qué una filosofía de la Comunicación?</b> .....	<b>23</b>
a) Las filosofías no bajan del cielo.....	29
b) 13 Fórmulas (en desorden) de la Industria (anárquica) <i>Mass Media</i> .....	36
c) El caso E-M-(c)-R: 13 críticas al modelo.....	37
d) El estado (aburrido) actual de cierta “filosofía”.....	39
e) 13 recomendaciones (provisionales y temerarias) para Filosofar a estas horas.....	40
f) Filosofar no debe servirnos sólo para <i>explicar o contemplar</i> .....	42
g) Filosofar como trabajo científico.....	44
h) ¿Consumatum est <sup>14</sup> ?.....	48
i) La filosofía que no queremos.....	49
j) El objeto del deseo.....	51
k) Todo problema laboral de los filósofos es un político y un problema filosófico (también).....	53
l) He aquí que contamos con el materialismo dialéctico.....	57
<b>II. Diagnóstico provisional no apocalíptico</b> .....	<b>75</b>
a) La realidad no es cosa del otro mundo.....	75
b) 13 problemas fundamentales para la producción de imágenes e imaginarios.....	76
c) Cifras para no deprimirse.....	77
e) Informe Mundial sobre el Trabajo.....	85
f) Tendencias futuras.....	88
<b>III. Objetivos</b> .....	<b>91</b>
<b>IV. ¿Qué es el Trabajo?</b> .....	<b>95</b>
a) Manifiesto del Trabajo.....	101
b) ¿El Fin del Trabajo?.....	107

<b>V. ¿Qué es Comunicación?</b> .....	<b>113</b>
¿Qué se entiende aquí por comunicación? .....	113
b) La comunicación como mecanismo de represión .....	121
b) Intercambio y comunicación .....	124
c) La ilusión de la comunicación .....	128
d) Eso que se llama “ciencias de la comunicación” .....	138
<b>VI. Historia de la Comunicación</b> .....	<b>143</b>
Comunicación, antecedentes: .....	143
Construcción de la memoria colectiva .....	148
Eso de la identidad .....	149
<b>VII. Comunicación, trabajo y alienación</b> .....	<b>169</b>
Trabajo y sus formas “nuevas” en el marco del debate Capital-Trabajo. ....	169
Vivimos en una sociedad enferma de alineación .....	169
¿Cuáles son los frentes de tal lucha?: .....	171
Las formas de la alienación .....	174
La comunicación y la información también se fetichizan y alienan .....	177
Alienación y cotidianeidad .....	181
Cultura de la burocracia- Burocracias de la cultura .....	184
<b>VIII. Estética de la burguesía</b> .....	<b>197</b>
a) Lo que la burguesía comunica y sus tácticas hermosas .....	197
b) 13 características de la estética burguesa .....	201
c) Lugar de la estética en comunicación: .....	202
d) ¿Definiciones?: .....	207
e) Estética contemporánea: .....	213
f) Economía política del placer burgués .....	228
g) El <i>arte</i> de la corrupción .....	230
h) Crítica de la vulgaridad pura .....	235
i) La belleza adquisitiva. ¿Sólo el consumismo es bello? .....	237
j) Arriba las manos esto es una exageración .....	241
k) Sentimentalismo burgués. Traición, mentira y secreto .....	242
l) La importancia del sufrimiento en la estética burguesa .....	250
m) Estética burguesa exxxplícita .....	252
n) La estética de sus guerras: Concierto para <i>control remoto</i> en sí sostenido. . .	258

<b>IX. Filosofía de la comunicación cotidiana</b> .....	<b>275</b>
a) “Comunicación” concentrada en las urbes .....	275
b) Pedal y fibra .....	280
c) Poética de los semáforos .....	282
d) Comunicación <i>shopping</i> .....	285
e) Hábitat y comunicación. Casa por casa, departamento por departamento. Acción comunicacional directa .....	288
f) <i>Comunicaciones</i> de los chismes. ....	291
g) Vorágine de la “Comunicación”. ¿El último reducto de la intimidad? .....	295
h) ¿Qué comunica la cocina? .....	297
i) El lugar del teléfono .....	300
J) Comunicación de arriba a abajo. ....	303
k) Cultura de la mentira: Una plaga de <i>noticieros</i> . ....	306
l) Medusa de Narciso Cíclope .....	312
m) Labios de luz. ....	312
n) La televisión como infiltrado. ....	314
ñ) Armas de guerra ideológica. ....	317
o) La fidelidad infiel .....	320
p) Un programa para la T.V. ....	325
q) Tabú T.V. ....	332
r) Comunicación a las patadas .....	337
s) Un <i>best seller</i> llamado “prensa” .....	340
t) Dramas de la vida irreal .....	345
u) La niñez es un gran mercado. ....	348
v) Para leer el “Chavo del Ocho” .....	351
w) Intimidades de la publicidad. ....	354
x) El chisme como <i>show</i> .....	357
y) Memorias del olvido: Filosofía documental .....	360
z) Hechos concretos .....	361
aa) Hacer memoria para recordar el futuro: .....	361
bb) ¿Hacia dónde hay que apuntar cámaras, micrófonos... lápices?: .....	365
cc) Filosofía del Documental en Letras .....	367
dd) Imágenes de candidatos .....	374

<b>X. ¿Qué enseñan los que enseñan comunicación? .....</b>	<b>387</b>
a) Seguid esta corriente .....	387
b) Miseria de la comunicación .....	389
c) Los designios de la alienación .....	393
d) Hoy por hoy .....	394
e) Escuelas, facultades, institutos... para la alienación .....	398
f) La lucha contra la alienación .....	400
g) Nadie enseña comunicación ingenuamente .....	403
h) ¿El medio justifica los fines? .....	405
i) Educarse es un trabajo .....	406
j) Elogio del aprendizaje .....	407
k) Educación en comunicación ¿Hacia dónde? .....	411
l) Comunicación y sus definiciones inconclusas .....	412
m) 13 materias, por ejemplo, que no se enseñan: .....	415
n) Numeralia de la enseñanza en Comunicación .....	416
ñ) Campus de concentración académica: .....	421
o) Estética de los traidores .....	429
<b>XI. Manifiesto de la Comunicación Revolucionaria .....</b>	<b>447</b>
a) Ganar la Comunicación: .....	447
b) Lo mejor es organizarse, no amontonarse .....	449
c) ¿Qué papel juegan los trabajadores de la Comunicación? .....	452
d) La revolución, el acto de amor, el acto de poesía y el acto de comunicación no son incompatibles .....	453
e) Darse prisa, darse prisa .....	458
<b>Conclusiones .....</b>	<b>465</b>
<i>Bibliografía .....</i>	<i>469</i>





"Quisiera una Estética comprometida para siempre con la Poesía y la Ética. Poesía y la Ética hechas por todos. Estética que no admita separaciones entre individuo y sociedad, Estética no escolástica ni ecléctica que se entregue al entendimiento y producción de la imaginación, la fantasía y lo maravilloso.

"Quisiera los cinco cauces que alimentan este trabajo, hechos uno solo sin que se pierda el placer de reconocerlos en sus cantidades y cualidades específicas y concretas. Esta obra en general tiene en sus cinco fuentes sus determinaciones principales no trágicas y no absolutas, sus compromisos y deudas. Del dicho al hecho.

"A este trabajo le falta mucho. Le falta dar saltos cualitativos profundos. Le falta llenar muchos huecos, le falta humildad, le falta compromiso práctico con su utilidad al servicio de los trabajadores. No desearía que quedara atrapado bajo el estigma de producto intelectual inútil, decorativo que es placer pequeño burgués en la diletancia teórica y la vanidad esnobista. No quisiera que este trabajo sirviera para confusiones o ambigüedades. Que quedase como buena intención humanista del tipo neo cristiano o archivo muerto asesinado por sus defectos de élite culta. Más bien quisiera que fuese vida, expresión honesta de vida en un trabajo útil para transformar la realidad".

De la introducción a  
*Filosofía de la Comunicación*

### **Fernando Buen Abad Domínguez**

Es un escritor de izquierda, militante de numerosos movimientos e instituciones culturales y literarias de Hispanoamérica. Nació en Distrito Federal, México, en diciembre de 1956. Es licenciado en Ciencias de la Comunicación, tiene una maestría en Filosofía Política y un doctorado en Filosofía. Se graduó de director de Cine en la Universidad de Nueva York. Es vicerrector de la Universidad Abierta de México y director del Instituto de Investigaciones sobre la Imagen de la Universidad Abierta. Entre las materias de pregrado y posgrado que ha tenido bajo su responsabilidad docente, están semiótica, cine, producción audiovisual, periodismo, radio, lingüística, técnicas de comunicación, entre otras.



Ministerio  
de **Comunicación**  
e **Información**



**DISTRIBUCIÓN  
GRATUITA**