

abril-junio/87 N° 22

Chasqui

Entregamos en este número la segunda parte del estudio del profesor Assmann sobre Iglesia Electrónica. La oportunidad de este estudio ha quedado confirmada con diversos hechos ocurridos en América Latina durante el primer semestre de 1987, por ejemplo la toma de posición de las iglesias frente al problema de la deuda externa; así, una actitud de angélica prescindencia suele ir ligada a la predicación electrónica. Hasta cierto punto el análisis del antropólogo Little sobre *Platoon*, el *Color Púrpura* y la *Misión* que ofrecemos en esta entrega, coincide con el estudio anterior en cuanto ambos desentrañan contenidos ideológicos en estos dos medios masivos: el cine y la televisión.

Descendiendo al ajeteo diario de la revista, el reclamo de numerosos suscriptores de *Chasqui* a propósito del retraso con que la reciben se ha debido a cambios de diseño, instalación de una nueva imprenta para CIESPAL y una prolongada huelga de los correos ecuatorianos. Esperamos ponernos pronto al día.

La doctora Colleen Roach de Fordham University, Nueva York, el doctor Howard H. Frederick de la Escuela de Telecomunicaciones y del Programa de Estudios Latinoamericanos de Ohio University y la señora Gloria de Dávila, Directora del Departamento de Investigaciones de CIESPAL, se han unido a los colaboradores de *Chasqui*. Les damos la bienvenida.

A propósito de colaboradores, la política editorial de nuestra revista ha sido solicitar colaboraciones; desde este número la ampliamos en el sentido de recibir colaboraciones no solicitadas, especialmente en el área de reseñas de libros y revistas y en el de investigaciones. Para más detalles, escribanos por favor.

Simón Espinosa



40 Las Transnacionales del Cine

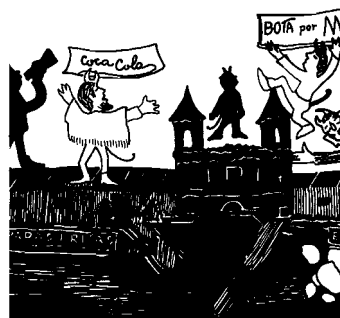
Paul Little

Los filmes son incisivas armas ideológicas que resultan tanto más eficaces cuanto más sutilmente instilan su mensaje. Tal el caso de *La Misión*, el *Color Púrpura* y *Platoon*.

6 Cultura y Medios: un difícil matrimonio

Carlos Monsiváis

De cómo el cine repercutió en la cultura popular mexicana. Todo ello ensayado con la maestría y conocimiento del asunto propios de uno de los mejores periodistas latinoamericanos.



32 ¿Cómo va la tevé para niños?

Gloria de Vela

Una visión de conjunto de las tendencias de la televisión infantil en Europa, los Estados Unidos y el Tercer Mundo.

Noticias	2
Socialización, comunicación y transformación en la provincia de Bolívar, Ecuador	17 <i>Pasquale Iaccio</i>
Comunique en video lo popular	22 <i>Oswaldo Hirschmann</i>
Contragate y el NOII	28 <i>Colleen Roach</i>
El dilema de la enseñanza de la comunicación	35 <i>Peter Schenkel</i>
La Iglesia Electrónica en América Latina	48 <i>Hugo Assmann</i>
Reseñas	58
Actividades de Ciespal	63

DIRECTOR: Luis E. Proaño. **EDITOR:** Simón Espinosa. **DIRECTOR DE PUBLICACIONES:** Jorge Mantilla Jarrín. **CONSEJO ASESOR INTERNACIONAL:** Luis Ramiro Beltrán (Bolivia); Reinhard Keune (Alemania Federal); Humberto López López (Colombia); Francisco Prieto (México); Antonio Rodríguez (Argentina); Gian Calvi (Brasil); Daniel Prieto Castillo (Argentina). **COMITE EDITORIAL EJECUTIVO:** Asdrúbal de la Torre, Peter Schenkel, Edgar Jaramillo, Fausto Jaramillo, Gloria de Vela, Andrés León. **ASISTENTES DE EDICION:** Wilman Sánchez y Martha Rodríguez. **DISEÑO:** DIART. Portada: Jalme Pozo. Impreso en Editorial Voluntad. CHASQUI es una publicación de CIESPAL que se edita con la colaboración de la Fundación Friedrich Ebert y del Banco Central del Ecuador. Quito, Apdo. 584 Telf.: 540-881.

El difícil MAT entre Cultu

Carlos Monsiváis

La fórmula cultura y medios masivos convoca de inmediato, de acuerdo con las imágenes en uso, un paisaje apocalíptico donde el segundo de los términos acosa interminablemente al primero, degrada sus escasas posibilidades y concluye en millones de espectadores como millones de conciencias muertas. Este panorama —inefecto para mí en lo esencial, aunque acertado en muchos de sus planteamientos críticos— resume el prolongado enfrentamiento que se inicia a principios de siglo al

condenar la alta cultura a los placeres del cinematógrafo. A lo largo de esta contienda han ocurrido reconciliaciones, etapas de absoluta hostilidad, traiciones, conversiones súbitas, acercamientos y profecías desesperanzadas. Y dos enconamientos persistentes: el clasismo, que quiere hacer las veces de “compasión ante las masas imbecilizadas”, y el anti-intelectualismo que ahora inicia su discurso condenando “a los amargados intelectuales de café, ninguno de los cuales llenaría por su cuenta una plaza de toros”.

En el origen de la querrela, central en nuestra historia cultural aunque nunca demasiado aclarada, está la relación de un país atrasado y miserable con la revolución técnica que, a fines del siglo XIX y principios del XX, interrumpe el aislamiento cultural de los sectores populares que, fuera de unos cuantos espectáculos como los juegos de azar,

el circo, las fiestas cívicas y las tandas, extraen de sí mismos los elementos de la diversión y del juego imaginativo, y cuya diversión está marcada ferozmente por las exclusiones de clase: el teatro y la ópera son cosas de la élite, más acontecimientos sociales que artísticos, el impulso externo para que las Buenas Familias le añadan pasmo estético a su boato.

AL COBIJO DE LA OSCURIDAD

A principios de siglo, el cinematógrafo incorpora al público popular e inicia el perdurable reinado que modifica el sitio de la “alta cultura” y algo democratiza la vida social. Según lo demuestran las investigaciones de Luis Reyes de la Maza y de Aurelio de los Reyes, en el tránsito del siglo XIX al XX el cinematógrafo es el nuevo estremecimiento que sacude

Carlos Monsiváis, (1938), periodista y ensayista mexicano; ha colaborado regularmente en *Novedades*, *El Día*, *Excelsior* y ha sido profesor visitante en la Universidad de Essex, el King's College y la UNAM. Entre sus obras principales están *Antología de la poesía mexicana del Siglo XX* (1966), *Los narradores ante el público* (1969), *Días de Guardar* (1971). Acaba de publicar y prologar una *Antología de la Crónica Mexicana*.

RIMONIO

ra y Medios Masivos

a un país todavía rural; en 1895 el kinetoscopio permite ver, dice una nota de la época, "criaturas tan cristianas como nosotros y tan animadas por almas como están las nuestras", y ya en 1912, al cobijo de la oscuridad, la buena sociedad que no alcanzó a irse y quienes anhelan reemplazarla consideran a la revolución un espectáculo, le aplauden a don Porfirio y le silban a los ejércitos campesinos. A los intelectuales, el asunto no deja de entusiasmarles y de preocuparles. José Juan Tablada opta por el regocijo:

El paisaje que te asombra; el gesto y la sonrisa de la mujer que te cautiva, están allí; los verás siempre que quieras y cuantas veces lo desees. ¡Ah, el sortilegio es hondo y la seducción incontrastable! El prodigioso sueño de opio está al alcance de todas las fortunas. Allí está el hada

sonriente y todopoderosa para el bebé que abra sus ojazos y crea en ella; allí están los paisajes que nunca habías contemplado, ¡oh soñador que nunca saldrás de tu rincón! allí está la mujer del ídolo, la Circe que nunca hubieras encontrado, ¡oh poeta poseído de anhelos devoradores y de fastuosas quimeras! Tuya es su gracia que los magnates se disputan; es tuya, desáltérate, masca tu ensueño, deja macerar tu alma en su fascinación, espóstate al fulgor de plenilunio de la fantasmagoría a la luz que irradia un astro muerto sobre esa tierra espectral, y castamente, ya que no puedes hacer otra cosa, hártate de realismo. El cinematógrafo es el Zola de lo imposible.

Llueve mucho y para ir al teatro hay que irse a vestir; luneta cinco pesos en la ópera. ¡Bah!, soy de mi época y toda la ciudad me sugestiona... ¡al cinematógrafo pues! (Citado en Salón Rojo de Luis Reyes de la Maza).

El invento que desata en Tablada un idioma adoratriz, obtiene reacciones acres. En 1906, el cronista Luis G. Urbina examina la incierta "rebelión de las masas" y describe al pueblo que sueña ante las maravillas de la pantalla, el alma colectiva que aduerme sus instintos y sus brutalidades, acariciada por la mano de la ilusión, de una ilusión infantil que la transporta y eleva por encima de las groseras impurezas de la vida. Ante ellos, sonríen los burgueses, que saben de estética. No así los seres que al vivir en el trabajo, en el fondo del taller, en el rincón de la fábrica, en el cuartucho miasmático de las oficinas, no saben discutir ni analizar estéticamente sus impresiones, no pueden pagar sus espectáculos. Van al cinematógrafo de El Buen Tono

porque los hace sentir y los entretiene con una pacificadora inocencia de niño, y después, al retornar al hogar desmantelado y triston, su fantasía, como una lámpara de Aladino, sigue ornamentando con efímeros delirios las tristezas de su existencia...

Urbina se anticipa a Ehrenburg: el cine es una "fábrica de sueños". Y, de paso, inaugura el ánimo hostil contra los consumidores de basura, y contra quienes, no debiendo, comparten su desdichada suerte:

Yo convengo en que el cinematógrafo entretenga la curiosidad de la muchedumbre... La masa popular, inculta e infantil, experimenta, frente a la pantalla llena de fotografías en movimiento, el encanto del niño a quien la abuelita le cuenta una historia de hadas; pero no puedo concebir cómo, noche por noche, un grupo de personas que tienen la obligación de ser civilizadas, se emboban en el Salón Rojo, o en el Pathé, o en el Monte Carlo, con la incesante reproducción de vistas en las cuales las aberraciones, los anacronismos, las inverosimilitudes, están hechas ad hoc para el público de ínfima calidad mental, desconocedor de las más elementales nociones educativas.

"LA PRIMERA DE LAS DROGAS"

Culturalmente, el impacto de la tecnología es devastador. Inicia la admiración rencorosa por Norteamérica, infiltra múltiples dudas sobre el porvenir de la sociedad mexicana, crea relaciones de doble-gamamiento psicológico. Nadie ha preparado a la sociedad para el salto científico y técnico aplicado a la industria y al espectáculo y, digamos, a semejanza de las monjas de Puebla que en 1880 denuncian al superior de su convento por usar ese invento del demonio (el teléfono), las multitudes se aterran ante las sombras

móviles que las obligan a refugiarse en el cerrar de ojos cuando, desde la pantalla, un tren se avalanza hacia las butacas. Es sólo entretenimiento, se dice, pero, como en todas partes del mundo, el cine es un agente sospechoso de la secularización. Si ésta significa —como afirma Max Weber— la "desmiraculización del mundo", la realidad ajena a los prodigios de orden divino, el cine seculariza sólo para volver a sembrar de milagros el espacio psíquico de sus espectadores (maravillas ya no computables por estampas piadosas sino por fotos del star system).

En sus primeras décadas, el cine decide la moda, reordena las imágenes sensuales y sexuales, inventa un rostro femenino que es producto de otra concepción de la mujer, aprovecha el melodrama (género constitutivo de la moral familiar) para filtrar heterodoxias. En una colectividad tan cuantiosamente analfabeta, el cine asume con facilidad muchas responsabilidades de la cultura oral y es inmejorable vehículo de un asomarse al mundo no exclusivamente político: cómo visten en París, cómo caminan los chinos, cuáles son los vínculos hogareños en Estados Unidos.

Nada de eso se reconoce por lo pronto, y en el campo de la derecha la versión a lo que puede ser gozado por todos deviene odio y lamentaciones al advertirse la evaporación de ocios familiares, inocencias públicas, juegos infantiles. Incluso en pueblos y pequeñas ciudades se erosiona la dictadura del tradicionalismo.

En su autobiografía, *Mis recuerdos, sinarquismo y colonia María Auxiliadora* (Editorial Tradición, México, 1980), uno de los fundadores de la Unión Nacional Sinarquista, Salvador Abascal, es contundente:

Culturalmente el impacto de la tecnología es devastador. Inicia la admiración rencorosa por Norteamérica

Ninguna diversión tenía, mi supremo entretenimiento era la lectura; el cine lo frecuenté recién salido del seminario y siempre salí de él con un malestar profundo, como del que ha perdido miserablemente un tiempo que equivale a un tesoro, con el alma vacía, vacía de algo que poseyera, despojada, saqueada, desolada; cuando muchos años después volví al cine, aunque rara vez, con la esperanza de ratificar mis primeras impresiones, el efecto fue aún más desastroso. Sus imágenes femeninas, ya en pleno desarrollo esta industria de la sensualidad, eran una terrible tentación que se apoderaba de todos mis sentidos y de mis fantasías, hasta que un buen día hice juramento de no volver jamás. Lo he cumplido y lo cumpliré sin esfuerzo y vivo feliz sin esa esclavitud...

Algo intuye el furor ascético de Abascal: frente a los medios electrónicos ni la sociedad en su conjunto, ni mucho menos el tradicionalismo, tienen respuestas. Tanto no comprenden los tradicionalistas el fenómeno que sólo incrementan su resonancia por medio de la censura. A semejanza del Código Hays en Hollywood, en México la Liga de la Decencia sólo consigue ser un gran blanco paródico y centuplicar el morbo por cada película "prohibida". Ni las intimidaciones a los dueños

de las salas y a los espectadores que exhiben o frecuentan películas inconvenientes, evitan el fenómeno universal: el cine remueve la moral urbana y pueblerina y difunde modelos que se independizan en grado considerable de los propuestos por la Iglesia y el Estado. No importa la debilidad y casi inexistencia del cine mexicano de la época muda; el cine de Hollywood, y en menor medida el italiano, lo sustituyen ventajosamente, coincidiendo de algún modo con las informaciones sociales de la revolución y su demolición de fortalezas de la mentalidad feudal.

NUNCA FUERA ESPECTADOR DE MITOS TAN BIEN SERVIDO

Mucho es lo que el cine aporta. Con él se introduce la cadena de cometidos dobles de los medios electrónicos:

– Moderniza a sus oyentes y promueve a un tiempo su anacronismo social (el cine, escuela de comparación de conductas).

– Es vehículo del nacionalismo cultural y del falso cosmopolitismo. Inventa una mentalidad urbana y una mentalidad rural.

– Fomenta la desintegración del tradicionalismo, agregándole tonos paroxísticos al mensaje moral y dándose un aspecto funerario al amor al pasado (se exalta lo que se subvierte o lo que ya fenece). Lo tradicional —se infiere— es lo atrasado. Véase, por ejemplo, el caso de la honra: en la etapa de las divas, estremece; en el melodrama de los cuarentas, es catarsis pública; desde los setentas, divierte.

– Consigna el sexismo brutal de la sociedad mexicana y considera de modo distinto, aunque casi

nunca explícitamente, el papel de la mujer.

– Informa a los marginados de lo que nunca podrán tener y los “apacigua” con las mismas visiones.

– Introduce de manera paulatina el espíritu de tolerancia al establecerse la comparación con otros países y pregona la intolerancia.

– Exalta el localismo e incorpora insensiblemente a los espectadores a nociones más complejas del mundo y de la nación.

Esto se da muy vigorosamente al arraigar en todo el continente el cine sonoro. A partir de 1932, con el melodrama *Más fuerte que el deber*, el cine se convierte en el mayor estímulo social (después del empleo, la vivienda y la familia), y la influencia de una industria se extiende de México a Latinoamérica. Eso es, a fin de cuentas, la Edad de Oro del cine nacional, la sustitución de realidades morales y culturales a nombre de la diversión, la conversión del entretenimiento en filosofía de la vida, el desplazamiento de la épica de la historia por la épica rebajada y fantástica que complementan las risas y lágrimas de los domingos por la tarde. Más por urgencia operativa que por cálculo, el cine mexicano aprovecha, sobre todo en el período 1919 - 1955, muchísimo de lo almacenado en la memoria cultural del pueblo: frases amorosas, versiones de lo horrible y de lo catártico, de la deshonra y el exceso, ideas compartidas sobre la pobreza y la riqueza, certidumbres religiosas, nuevas aproximaciones del apetito y el hambre sexual, canciones, sentido del humor petrificado en el chiste, recuerdo brumoso de las tradiciones que se presta a su teatralización. Este cine es un resumen no de-





masiado inexacto del nivel cultural en el país y en América Latina, y su éxito debe mucho a los vínculos entre situaciones reales, fantasías colectivas y fidelidad en la reproducción de las conductas populares.

En la década de los treinta, entre huelgas y avances de una conciencia sindical y socialista que afianzará la lealtad popular a las instituciones, convergen el crecimiento de la industria gráfica (gracias entre otras cosas a los cómics y a los diarios deportivos), el crecimiento de la industria cinematográfica y el auge de la industria radiofónica.

Sin que los intelectuales o los funcionarios lo admitan o sospechen, una revolución cultural modesta pero implacable aprovecha la densificación urbana, desplaza a la literatura como centro de la reverencia masiva, promueve a la vez y sin contradicciones la alfabetización y el analfabetismo funcional (que lean cómics pero hasta ahí) y le concede un espacio mínimo a una nueva sociedad, ya no campesina, ya no dependiente al extremo de los dictados gubernamentales, proveniente al mismo tiempo de las costumbres antiguas y de las necesidades de la modernización. Entre 1930 y 1950 la industria cultural elimina de las vivencias colectivas a numerosísimas prácticas del campo y de la cultura criolla e hispánica, y en la poda el cine es fundamental. Siembra las trampas de regaños y moralejas para no tener demasiados problemas con la moral dominante, exalta a la familia, pondera la honra, le prepara un mal fin al adulterio y la prostitución... y hace del discurrir de imágenes un reconocimiento provocador de las apetencias de un público ávido y reprimido.

Gracias a la novedad de lenguaje y costumbres, el cine afianza una certeza: perseverar en lo tradicional es morir en vida. La movilidad es la teoría del conocimiento de un mundo sacudido por las guerras y la ciencia. La modernización del público es parcial y restrictiva, pero innegable, y va del estilo dancístico en los barrios al nuevo sentido del humor, del *look* de las mujeres a la renovación del melodrama, tarea para la que son imprescindibles las leyendas y los personajes que requiere un público formado en la comprensión personalizada al extremo de la política, la historia y la sociedad y que, educado por el clasismo, acepta como natural y justo el desprecio a su inteligencia.

“VIERAS QUE DIFÍCIL ES SEMBRAR EN LAS AZOTEAS”

A la distancia, se verifica el papel básico de los medios electrónicos en su primer auge: son los mediadores entre el shock de la industrialización y la experiencia campesina y popular urbana, de ningún modo preparada para ese cambio gigantesco, que a partir de la década de los cuarentas modifica la idea nacional. Civilización es técnica y por eso a la escuela se la concibe como afinadora de la mano de obra (de acuerdo con la perspectiva gubernamental, el analfabetismo de las mayorías es un gran freno para el esplendor de las minorías) y, si mucho se apuran y en todo caso, *cuidadano* es aquél que alguna vez se adentró en la educación primaria, votó en ocasiones por el partido oficial, pertenece a una de las centrales y desaparece acto seguido. Al concluir los deberes del ciudadano, aparece la industria cultural.

De los treinta a los cincuenta el cine y la radio son la vanguardia cultural de las masas en su proceso de adaptación urbana o de penosa e insuficiente actualización. Así, los jornaleros y los inmigrantes a sus metrópolis usan la radio como vehículo de nostalgia e incluso de comunicación directa. Para un trabajador migratorio, la radio es una identidad que se desplaza. En muchísimos pueblos, la radio llega antes que la carretera y le ayuda al campesino a intuir la ciudad y a inventarse necesidades que, acumulativamente, le construyan una psicología. Gracias al mundo vislumbrado a través de música, voces y ruidos, el campesino o el desplazado rural encuentran asideros.

Si los recién alfabetizados suelen estacionarse en los comics, los incorporados gradual y opresivamente al proceso industrial atenúan sus incapacidades y asombros con las fantasías que son demandas inadvertidas, las compensaciones de un destino impuesto que van de la catarsis dominical a las ventajas del anonimato urbano (sociales, sexuales). Mientras la “alta cultura” se restringe a cien mil privilegiados de la capital y capillas adyacentes a lo largo del país, los medios electrónicos organizan el tránsito a la sociedad plenamente urbana.

Ante la pantalla, un público desprovisto de las claves para entender los veloces cambios en su entorno cristaliza de golpe lo columbrado en la memorización de unos cuantos poemas: la certidumbre de que la realidad más intransferible (la “vida íntima”) nunca es exactamente lo mismo que la biografía personal. En colectividades tan reprimidas en todos sentidos, la “vida íntima” no equivale al discurrir cotidiano. En el apiñamiento, lo que quienes

lo experimentan consideran “íntimo” es el fluir de la fantasía, la relación entre lo que se vive y lo que se sueña individual y colectivamente, la sucesión de relatos tragicómicos a los que se confía la identidad y la privacidad genuina.

Desde esta perspectiva, los “mitos” del cine nacional son puentes de entendimiento, biografías colectivas a cargo de rostros y figuras privilegiados, encarnaciones de experiencias pasadas y presentes. Jorge Negrete, Pedro Armendáriz o Dolores del Río evocan el apogeo y la distancia emotiva de la sociedad rural. Fernando Soler y Sara García sintetizan las imposiciones y astucias del patriarcado y el “matriarcado”. Pedro Infante, David Silva o Fernando Soto *Mantequilla* condensan la asimilación siempre fragmentaria a las grandes ciudades que se desconocen o que, al crecer sin límite, es preciso reconocer de nuevo. Cantinflas, Tin Tan y Reñortes representan las dificultades y las facilidades con el habla y la mímica. Joaquín Pardavé actúa en casi todas sus películas (y al margen de su edad real) las disculpas cómicas de la vejez. Ninón Sevilla, Lilia Prado y Meche Barba son la sensualidad inaccesible pero posible. María Félix es la humanización de la mujer a través de su sacralización... La exégesis es desmedida, pero el ámbito a que alude es todavía más desmedido.

El delirio de identificación dura hasta que se vulnera el prestigio “religioso” del cine y se extingue el candor cultural que animó a los espectadores que se sentían, desde las butacas, en la verdadera universidad de la vida. En el sentido popular, si el cine ya es arte, de algún modo deja de ser vida.

“SE TE ASOMA EL MICROFONO”

El éxito de los medios electrónicos no conmueve demasiado al sector intelectual que, todavía en los años cincuenta, confía en sus propios medios masivos: la exclusividad del conocimiento y la personalidad de los Tres Grandes (Orozco, Rivera, Siqueiros). Las tesis de Ortega y Gasset en *La rebelión de las masas* se diluyen y reaparecen en forma de consignas que expulsan de la cercanía del paraíso a los mediocres y constituyen el gran premio en vida: “Se acerca el tiempo en que la sociedad, desde la política al arte, volverá a organizarse en los órdenes y rangos: el de los hombres egregios y el de los hombres vulgares”. Ante la “puebrilización” del mundo, los escritores y los artistas sonríen con desdén.

No es muy eficaz la presencia de los intelectuales en el cine, si se descuenta la intervención de Xavier Villaurrutia en el guión de *Vámonos con Pancho Villa*, y aciertos sin continuidad de Julio Bracho. Lo que se considera más importante artísticamente, el nacionalismo lírico de Emilio Fernández y Gabriel Figueroa, es un hecho aislado y sin carga crítica (lo que explica quizá su duración tan breve). Lo común en la actitud de la élite es la condena tajante: el desprecio de Carlos Chávez por Agustín Lara es la conducta típica, y lo excepcional el interés de Jorge Cuesta por Mae West, o el de Salvador Novo por la lucha libre o por las similitudes entre Cantinflas y Fidel Velázquez. El sentimiento de superioridad es intenso y tan internalizado que incluso el breve pero intenso deseo de asomarse al mundo de los académicos que anun-

cian una cerveza es suprimido con la burla feroz.

El vulgo es necio y la Academia, que lo sabe, contempla sus predilecciones sin mayor aprensión. Cuando más, artículos en contra de los “churros” cinematográficos y fustigamientos a los admiradores de los ídolos. Pero el tono dominante es la indiferencia, pasada la estruendosa celebración del automóvil y las luces neón por los poetas de los años veintes.

En los medios masivos, el anti-intelectualismo es feroz, El intelectual es el perverso, el afectado, el “raro” en todos sentidos, cuyo lenguaje pomposo denota la ineptitud crasa, el miedo a la sinceridad. Todavía a principios de los setentas es común tal reducción: el intelectual es el enemigo natural de la gente en las butacas, el que se opone al disfrute sencillo de la vida.

NACIONALISMO ES CANTAR AMORCITO CORAZON

En los medios electrónicos las sensaciones lo son todo. El cine no es para pensar, ni para educar histórica o políticamente, ni para predicar, sino para llevar al límite las emociones vicarias. De principios de los treintas a mediados de los cincuentas (el fenómeno reaparecerá de modo muy similar, a mediados de los setentas), el cine mexicano educa a sus frequentadores en un “sentimiento nacionalista”, que tiene poco que ver con las ceremonias de la Nación Visible y cuyas ficciones rápidamente se tornan verdaderas: así somos en México, querendones, disipados, amantes frustrados, mujeres abnegadas, sentimentales hasta el amanecer de la siguiente semana... De tan fantástico, el espíritu popular que el



cine y la canción confeccionan termina por legitimarse (cuando no hay alternativas, lo mítico concluye por ser lo real).

El cine, la radio y la industria del disco convierten al nacionalismo cultural en hilera de espectáculos comerciales. Para ello, se rehace el sentido de la fiesta y la mitología de las formas de relación, se agudiza y vuelve circense al chovinismo, se pierden las distancias entre lo genuino y lo artificial, se precipita el deterioro de lo que, al salirse de su medio de origen, se oye ridículo. Gran parte de la ferocidad del chovinismo se diluye al presentarse como show (*Como México no hay dos*) y lo "muy nacional" solo se reconoce si viene presentado como espectáculo.

Declarativamente, la radio es órgano simultáneo de lo Nuevo y de lo Tradicional, a quienes sirve con idéntica lealtad. De hecho, se decide siempre por el comercio del pasado y por el uso represivo de la modernidad. ¿Por qué elegir la pobreza de "lo nuestro" si está a mano la riqueza de una civilización ya no hispánica o gálica, sino de veras internacional (norteamericana)? ¿Por qué aferrarse a la inmutabilidad de las costumbres pudiendo hacerlas más rentables? Para afianzar a su público, se ajusta la herencia musical y las variantes regionales del habla a las necesidades del desarrollo publicitario y comercial.

Un ejemplo: la canción mexicana (el tratamiento "culto" de los temas tradicionales: rancho, nostalgia, costumbres) se canjea —vía cantantes como Lucha Reyes y compositores y letristas como Chucho Monge, Manuel Esperón y Ernesto Cortázar— por la canción ranchera, que Tomás Méndez y José Alfredo Jiménez llevarán a

sus últimas consecuencias. Basta de tanta inocencia campirana y de tanto paisaje idílico. La humareda se queda pendiente, el inmigrante se olvida de la nostalgia y aplica su intensidad local y nacional a evocar ingratas y mancornadas, el dolor del hombre bueno por la hembra mala. No es exageración: la XEW y la RCA Víctor de México condicionan a sus operaciones técnicas y comerciales el destino entero de la música popular, con todo y sus expresiones marginales.

Este panorama poco le dice a la "alta cultura": folclor urbano, forraje para la chusma que es, en el fondo, irredimible. Ante la

El cine, la radio y la industria del libro convierten el nacionalismo cultural en hilera de espectáculos comerciales

complacencia del Estado, cuya única apuesta cultural masiva es la escuela primaria, la iniciativa privada usa al cine como lo que jamás será cultura por ser, en la medida en que una imagen no puede mentir, realidad estricta. "Todo Estado —dice Gramsci— tiende igualmente a crear y a mantener cierto tipo de civilización y de ciudadano", pero el Estado demanda de los medios un ciudadano que simplemente no lo sea, una civilización como juego de espejos: donde me reflejo es lo moderno; donde no me asomo es lo antiguo.

El ofrecimiento de las clases medias trae aparejados cambios culturales diversos, de los cuales el más ostensible es la transformación del sentido general de las universidades, cuyo ideal implícito ya no será la producción de profesionistas relevantes sino de profesionistas funcionales. Por el mismo impulso, en el espacio de las clases dominadas los espectáculos se convierten en satisfactores ostensiblemente culturales. Por lo mismo, para la minoría ilustrada o para la burguesía, las conquistas del cine mexicano no dejan de ser rémoras, describen la penosa unidad nacional que surgió del impulso de la industria y de la identidad de gustos entre las clases que es falta de refinamiento clasista (no puede disponer de status aquello que les gusta a todos). Para distanciarse del populacho, y justamente disgustado por la bajísima calidad, las clases medias se alejan del cine mexicano, y en el éxodo no se distingue una característica relevante: el cine es dispositivo industrial que responde a vivencias y apetencias infalsificables, lo aceptemos o no.

Sin glamour posible, emerge de estas muchedumbres urbanas una cultura donde la sinceridad es, en efecto, el mayor valor moral, la falta de pretensiones que es la gran pretensión. *La sinceridad*, el no poder sino lo que se es, resulta un escudo, una justificación, una estructura del gusto, el placer y la admiración que explica numerosos fenómenos: Rigo Tovar, las películas de ficheras, Juan Gabriel, Raúl Velasco, Lupita D'Alessio, el arrobo ante la fascinación violenta e incomprensible de la tecnología, la interiorización de las visiones denigratorias y la neutralización consiguiente. En *La invención de lo cotidiano*, Michel de Certeau se refiere a las tácti-

cas que, por oposición a las estrategias de los fuertes, definen (con astucias) la resistencia popular. Así, es muy común nulificar el insulto festejándolo, mellando los filos racistas y clasistas y convirtiendo la injuria en un chiste compartido. El naco (paria urbano) aplaude el chiste contra los nacos, el marginal se ríe de la ridiculización de su habla y el desempleado carente de cualquier "competencia profesional" convierte, en gran éxito de taquilla a *El Milusos*, película explícitamente racista. De agresión, *El Milusos* pasa a símbolo expropiado.

LAS POLITICAS AUDITIVAS

Si alguno, el papel de la radio, asunto empresarial en un 95 por ciento de los casos, es hacer las veces de sociedad alternativa. Es el gran vehículo de la fragmentación de la vida cotidiana, de la modernidad entendida como desfile de productos de la publicidad, del desplazamiento de la *opinión pública* por el *Estimado auditorio*. Complementariamente, la política radiofónica ratifica una tesis básica del Estado y las clases dominantes: *para las mayorías no hay desarrollo cultural posible en el sentido clásico*, y por lo mismo, si al país le urge la alfabetización es porque capacita la mano de obra. El porvenir cultural de los alfabetizados es asunto de ellos o de nadie. Los rudimentos suficientes. En un discurso del Día del Maestro, en 1922, el secretario de Educación, José Vasconcelos, le evita trabajos al resto de sus sucesores. Dice Vasconcelos: "Para reorganizar a los pueblos deseamos, más que propagar la alta cultura, hacer llegar a todas las mentes los datos más elemen-

tales de la civilización. Educar a la masa de los habitantes es mucho más importante que producir genios, puesto que en realidad el genio no vale sino por la capacidad que tiene de regenerar a una multitud". En conclusión: el prerrequisito para el surgimiento de los genios son los muchedumbres al alcance regenerador de la alfabetización.

En los medios rurales y en los "cinturones de pobreza" urbanos la radio más que la escuela divulga los datos más elementales de la civilización y le ahorra trabajos al genio. La técnica pone al día al país pero ustedes, oyentes, son únicamente receptores sumisos. Si la publicidad es el verdadero sistema informativo de la sociedad industrial, la alfabetización será requisito laboral, no cultural. (Afirma en un informe presidencial Abelardo Rodríguez: "La educación adecuada a las masas debe servir de apoyo a la estructura económica del país".)

Quizá en mayor medida que el cine, la radio fija la tasa de información cultural que se considera justa para la mayoría, y la persuasión ubicua del medio obliga a los oyentes a creer en lo que se divulga, al romanticismo proverbial de la raza, por ejemplo, o la identificación de productos comerciales con lo infalsificablemente nuestro.

En la radio se catalogan las reacciones aprobadas ante la Mexicanidad y las filiaciones regionales; reordena, en combinación con la industria del disco, la sensibilidad amorosa (y, en gran medida, la sensibilidad familiar) con ídolos que se incorporan a la intimidad; instaura un idioma neutro ostensiblemente pomposo, con su líder de la vida cotidiana: el locutor; vierte el melodrama en fórmulas donde los gestos se in-



corporan a la voz, vicio que se transmite al cine.

Los indígenas y los rancheros aceptan felices los estereotipos denigrantes en su contra, la burla de su media lengua y de su inge-

nuidad desquiciante, la risa por su asombro milagrero ante las máquinas. ¿Por qué no se ofenden? Quizá porque el estereotipo es, de cualquier forma, un primer reconocimiento. Por lo mismo, las mujeres interiorizan el idioma de las radiocomedias con su comprensión de la realidad a través de la exasperación y su dotación de frases y pasiones vicarias para las solteras reales e ideales, “desamparadas” en una femineidad que es sistema defensivo y autoparódico.

Gracias sobre todo a la radio, el medio electrónico fundamental en grandes zonas rurales e indígenas, la tecnología se incorpora a la ideología popular, como la magia cuya lógica final es la inferioridad de sus admiradores. Nos mide la distancia con lo que usamos y cuyo funcionamiento no entendemos, y con lo que ni usamos ni entendemos. Dos elementos profundizan el impacto de la tecnología: la tardanza en incorporarla al proceso educativo y la imposibilidad de generar una tecnología propia. Por lo demás, 900 radiodifusoras en todo el país (de las cuales únicamente 20 son culturales) se instalan en cerca de 40 millones de hogares. La radio no confiere estatus pero le da ritmo, continuidad sonora y frases hechas (para sentir las más que para decirlas) a la intensa, conmovedora y aliviada vida de su auditorio.

DEL PROVINCIALISMO A LA “VIDA CONTEMPORANEA”

Cine en casa, arraigo y recomposición de la vida familiar, la televisión llega a México cuando los grupos dominantes piden literalmente a gritos que no se les identifique con el mundo de

(irónicamente idealizado por) López Velarde. En breve lapso, la televisión afina y amplía lo ya conseguido por el cine, la radio, la industria disquera y las historietas e impone un criterio único de *vida contemporánea* en todo el país. Nítidamente, el espectador sabe —sin siquiera verbalizarlo— qué es *lo actual* y qué es *lo anacrónico*. Tales conceptos son superficiales, pero el ideal obligatorio apresura una modernidad genuina o, mejor, reconoce y encausa lo inevitable a partir del señalamiento de lo que condena y de lo que considera rescatable la sociedad industrial.

En 30 años, la televisión consigue:

— Unificar, mucho más de lo que se reconoce, el habla nacional, modificando o suprimiendo entonaciones locales y regionales, o imponiendo un vocabulario mínimo derivado de la telecomedia, los cómicos y los locutores.

— Banalizar los espectáculos de acuerdo con el dictum paternalista: el sentido de la televisión no es hacer pensar sino divertir.

— Constituir el refugio probado contra la alienación del trabajo, del transporte y la política; la evaporación psicológica y cultural de la realidad económica y política que se consigue con sólo prender un aparato.

— Definir, como en todas partes, la noción de deporte y la relación del espectador con el deporte profesional, y del deporte con el sentimiento nacional.

— Negarle a la actividad política su potencial democrático, y presentarla como autoadulación estatal o como la corrupción o la ineptitud gubernamentales, algo ajeno y opuesto al ámbito familiar, que exige para serlo de una condición apolítica.

— Ajustar por los buenos ofi-

cios del melodrama (la telecomedia) el impulso de la familia (en su versión de clase media) a los requerimientos del individualismo de consumo. Ante la pantalla, sujeta a un pacto y separada del espacio público, la familia se “privatiza” de nuevo.

Lo más importante: la televisión legitima el culto a Norteamérica como la clave de lo contemporáneo. A eso —en cierta forma inevitable dados los alcances mundiales de la cultura industrial norteamericana y las debilidades internas— lo vigoriza el plan de conquista que ve en América Latina sólo a un mercado. Lo que habían conseguido los propagandistas de la ideología empresarial, lo obtienen las series dobladas: la intransigencia conservadora se quiebra o se arrincona (los círculos de la derecha ceden las tradiciones que haga falta si permanece incólume el sentido de propiedad). A partir de la década del sesenta, la “norteamericanización” (no las inevitables influencias o adopciones culturales y tecnológicas, sino la mentalidad capitalista transformada en individualismo sentimental y blandamente competitivo) ya no afecta sólo a las élites; anunciada por la oligarquía y soslayada por el Estado, se añade a diario sectores enormes.

Referido a las mayorías, esto no implica “desnacionalización” alguna, sólo el añadido evidente en la idea nacional de una zona de imitación y asimilación. Los jóvenes proletarios o marginados que bailan disco, memorizan letras cuyo sentido no entienden, disuelven tabúes de la “masculinidad” colgándose aretes y collares y usan precipitadamente el *break dance*, no dejan de sentirse mexicanos, sea este gentilicio lo que sea, pero en su nuevo código nacionalista

ya está escrito el deber de parecerse al modelo universal, lo que antes se hubiera dicho: "ser contemporáneos de todos los demás hombres".

Ante los medios electrónicos, la derecha se rinde, la izquierda tradicional no rebasa las frases exorcisadoras *manipulación* y *enajenación* y el sector intelectual ve con mínima o máxima pavora la desproporción entre su ámbito de influencia y el estallido demográfico (cuando éramos menos, nos leían los mismos). El sentimiento "apocalíptico" es injusto, no aquilata debidamente como las cuantiosas transformaciones sociales son también culturales, y no examina los alcances del desbordamiento de la enseñanza media y superior; prefiere concentrarse en lo irrefutable: las tropelías educativas de los medios, el programa de stupidización y adocenamiento que nada le concede al espectador, la continuación del sexismo por vía de las concesiones a la "mujer moderna".

Los análisis suelen ser correctos, pero la conclusión tiene un sabor teológico: el monopolio televisivo es el mal, es el principal causante del atolladero cultural. En una versión más terrena, el monopolio, simplemente, es una empresa que, hábilmente y aprovechándose de la falta de proyecto estatal, vende al mismo tiempo mercancías y certidumbres individualistas, es vocero de las transnacionales y de la transnacionalización psicológica. Los gobiernos ven en Televisa a la garantía de la libertad de expansión capitalista en México, y Televisa se considera en la práctica como la diversión que inhibe o pospone los pensamientos subversivos.

DESDE CABINA, EL LOCUTOR INFORMA

Los medios electrónicos, a la vanguardia del cambio cultural. Al Estado no le afectan: en todo caso coadyuvan a la modernización y mantienen en su sitio, entretenidas, a las mayorías. La iniciativa privada se encarga del "tiempo libre" y a las masas les corresponden barnices de actualidad, apariencias "homogéneas", usos e ilusiones tardías o discontinuadas. La información es privilegio de unos cuantos, y los periódicos nacionales tiran, en el mejor de los casos (*La Prensa, Esto, Ovaciones*) 300 mil ejemplares en un país de 82 millones de habitantes.

Ante los medios electrónicos, lo común es el ánimo derrotista

Son cada vez más escasos los espacios sustraídos de la influencia de los sistemas encargados de distraer del peso del trabajo mecanizado y exhaustivo y de manejar el entretenimiento. Al principio, este control del "tiempo libre" afecta a las clases medias urbanas; luego, abarca al conjunto del país, lo que implica también las zonas marginadas. A las mayorías, los medios electrónicos les ofrecen imágenes que ratifican las limitaciones inducidas; el rencor abstracto contra la vida, la identificación de pobreza e inferiori-

dad, el miedo ante la autoridad que es certeza a partir de la experiencia personal y colectiva. Sobre todas las cosas, a los dueños de los medios les importa uniformar reacciones haciendo ostensible la masificación. Si somos tantos, no hay caso de ser distintos. Si somos tantos, seremos siempre Ninguno. Si somos tantos, cada vez tendremos menos.

Ante los medios electrónicos, lo común es el ánimo derrotista: los medios son la utopía flotante y cambiante, el nirvana genuinamente hipnótico y a bajo costo que elimina distancias entre los ofrecimientos industriales y la conducta a que inducen. Si, digamos, una telecomedia es la imposición del sentido melodramático en la vida de sus espectadores, los medios resultan la autobiografía fatal de quien los oye y contempla.

Tal determinismo del que participa incluso la izquierda, se contamina de buenos deseos explicativos y de preguntas que incluyen su propia respuesta desolada. Por ahora, lo evidente es que al ser mínima o casi inexistente la participación de las clases explotadas en el proceso educativo, los sistemas de comunicación sirven, entre otros, a dos propósitos directos: uno, popularizar las explicaciones de la clase dominante, y dos, reducir el gusto popular a la sinceridad que en sí misma se sacia. En este sentido, los medios electrónicos no admiten cultura distinta a la que difunden. Desde 1940, han desplazado a la opinión pública y confirman a diario la debilidad de la sociedad civil.

Mientras no se cuestione activamente la fundamentación ideológica de la injusticia social en el criterio de la modernización, los medios seguirán invictos ●