

pleonasma. Ha visto «con sus propios ojos», ha escuchado «con sus oídos».

Y a muchos gustará, por suponer un digno intento de sistematizar todas las actitudes surrealistas españolas en lo literario. Que nos cuenten entre estos últimos.—LUIS ALBERTO DE CUENCA (*Jorge Juan, 31. MADRID-1*).

ANTONIO PASQUALI: *Comunicación y cultura de masas*, Monte Avila Editores, Caracas, 1972.

La consideración de la cultura de masas anduvo por mucho tiempo en Hispanoamérica repartida exclusivamente entre apocalípticos e integrados; y, en realidad, salvo excepciones anda todavía así: pero las excepciones se van haciendo más numerosas y, sobre todo, más lúcidas y más decisivas.

De los integrados no hay ni que hablar: dan conferencias, escriben en la prensa, funcionan en radio y televisión, firmemente incrustados en ministerios y agencias de publicidad, casi la misma cosa, o en híbridos que son agencias de publicidad del gobierno. Para ellos no hay problema, todo esto es maravilloso, Dwight McDonald era un majadero refunfuñón agotado en pelearse con *El viejo (y el mar)* de Hemingway, Adorno, un metafísico alemán nada menos, por suerte de la misma izquierda viene el olímpico Arbasino a salvarnos, y aquí no ha pasado nada. Los apocalípticos, por su parte, y haciendo casi los mismos gestos que los otros, tronaron, truenan y tronarán aún por bastantes años, acaso hasta que se vayan muriendo. Su pensamiento, en general, podría reducirse a un mecanismo de defensa contra ese monstruo audiovisual que viene a disputarles el pan, tan suavemente brotado antes de la pluma. Para mayor inconsecuencia, y como ya lo señalaba Eco, los apocalípticos utilizan los medios de la cultura de masas para atacar a la cultura de masas. En verdad, los dos extremos se compensan, se necesitan, se sirven el uno al otro y, sobre todo, sirven a los magnates de la cultura de masas idiotizante, pues apenas permiten formular las preguntas fundamentales.

Me viene en seguida a la mente el III Congreso Latinoamericano de Escritores, celebrado en Caracas en julio de 1970. La comisión número 4, que tenía por tema: «El escritor y su responsabilidad ante los medios actuales de difusión cultural», no supo en realidad ir

más allá de un exorcismo, entre piadoso y furibundo, verdadera danza de derviches giratorios contra el dragón de la cultura de masas. Una sola ponencia estuvo a la altura del problema, la titulada «Influencia de los medios visuales de información en América Latina», presentada por el costarricense Samuel Rovinski: se trataba de un estudio concreto de la situación en Costa Rica, realizado desde dentro, por un hombre que trabaja en lo audiovisual. Creo que uno puede preguntarse qué pasaría si los magnates de la cultura de masas alagaran a fondo a los escritores: a ver si la mitad por lo menos de los apocalípticos no cambiaba de bando. Y no es que dudemos de la honestidad de estos críticos, sino que gran parte de su argumentación gira en torno a que se leen menos libros, que la poesía no se vende y cosas así. Hay en esto, también, un problema generacional, que llevaría a comprobar que muchos apocalípticos no van prácticamente nunca al cine, a no ser que el filme tenga el sello garantizado de su «nivel artístico»; no han abierto en su vida una novela policíaca o de ciencia-ficción; no se detienen un instante en las tiras cómicas: la falta de curiosidad les impide, ciertamente, comprobar la existencia de una variedad de niveles, que hace que de Dashiell Hammet o Raymond Chandler, de Crepax o Al Capp, de Mario Bava o Sergio Leone a sus correspondientes colegas (Corín Tellado o Ian Fleming o Eric Segal o Disney, etc.) haya un abismo. A falta de experiencia personal, la crítica apocalíptica es inevitable.

Siguiendo, pues, en Venezuela, en los últimos años hay bastantes signos de un cambio de actitud. En diciembre de 1970, la revista *Zona Franca* lanzó un número monográfico dedicado al enfrentamiento entre la letra y la imagen, que por otra parte no provocó mayor revuelo, aunque había materia para la discusión. La existencia del número iba en el sentido del cambio; la falta de reacciones señalaba, un vez más, que el problema no era tal para la mayoría de los intelectuales, apocalípticos o integrados. Hay que ser particularmente provocativo, como Margarita d'Amico que acaba de publicar *Lo audiovisual en expansión* (1), para que los intelectuales reaccionen. Margarita d'Amico, profesora en la Universidad Central de Venezuela, redactora de una sección semanal donde comenta radio, cine y televisión: «Videoesfera», en el diario *El Nacional*, cruzó los límites de lo permisible al mostrar a Renny Ottolina, presentador de la televisión venezolana, como un ejemplo de la buena utilización de este medio. Para la izquierda, Ottolina es la bestia

---

(1) *Lo audiovisual en expansión*, Monte Avila Editores, Caracas, 1972.

negra de la cultura de masas. Incluso, un buen documental venezolano, *TVenezuela*, de Solé, basaba la mitad de su divertida crítica en la imagen de payaso corrupto ofrecida por Ottolina, gracias al hábil montaje de su realizador y a una entrevista de respuestas francamente increíbles. Pero D'Amico habla dentro del cuadro formal, y en ello tiene razón. De todos modos, la polémica, agria y hasta con panfletos durísimos, se produjo al fin.

Por otra parte, en prensa y revistas venezolanas escriben con regularidad una serie de autores con clara conciencia de las posibilidades de la cultura de masas, y realizando, pues, la crítica a partir de esa meta deseable. En lo que al cine respecta, hay un buen equipo de críticos, y una revista francamente buena, *Cine al día*. En el terreno del comic, con altibajos y escaramuzas, también se ha dado cuerpo a una crítica inteligente. En lo que a radio y televisión respecta, Antonio Pasquali es el nombre inevitable.

Profesor de la Universidad Central de Venezuela, Pasquali comenzó publicando una antología de textos, *La información audiovisual*. En 1963 salió la primera edición de *Comunicación y cultura de masas*. En 1967 *El aparato singular: análisis de un día de TV en Caracas*, libro que fue saboteado desvergonzadamente, con compras masivas hechas por desconocidos que hicieron, en poco tiempo, desaparecer la obra de las librerías. Por suerte para todos, esta segunda edición de *Comunicación y cultura de masas* incluye ahora lo sustancial de *El aparato singular*, lo que señala igualmente el comienzo de un cambio, aunque sea frágil: la omnipotencia impune de los magnates de la cultura de masas empieza a reducirse.

Es imposible comentar a fondo este libro de Pasquali en los límites de una nota: sería reducirlo a tres o cuatro generalidades sin carne. Prefiero, entonces, darle un repaso breve, pasándole la palabra abundantemente, y remitir a su lectura, que no sólo concierne al caso venezolano, sino al hispanoamericano en general y otros similares. Al final del prólogo a esta segunda edición, escribe Pasquali sobre la situación actual de la cultura de masas en Venezuela:

En Venezuela reina la paz de los cementerios. Las emisoras siguen multiplicándose en medio de una guerrilla patronal (su Cámara se ha escindido dos veces en los últimos años), y peleándose el *rating* en una carrera impune a la más desenfundada vulgaridad; la publicidad en cine, radio y televisión no conoce límites; el poder de los radiodifusores es absoluto: los presidentes de la República los siguen condecorando y felicitando por su «*gran sentido de responsabilidad*», que los ha puesto «*a la cabeza del continente*» (declaraciones presidenciales del 12 de marzo de 1970).

Dos intentos: de reformar el vetusto Reglamento de Radiodifusión y de introducir a las Cámaras legislativas una ley del Cine, han sido enterrados con brutal violencia ideológica. La ley sobre Propaganda comercial es la misma de la Venezuela provinciana de 1944; no existe todavía una Asociación de Radiotelevidentes; la Dirección de Telecomunicaciones es coto de caza de los industriales del ramo, y la Dirección de Industrias del Ministerio de Fomento oficializa la política de nuestra «industria cinematográfica». Dos ordenanzas municipales sobre espectáculos públicos son violadas sistemáticamente. La Radio Nacional es un «ambiente musical» de lujo (Brahms en lugar de los Rolling-Stones), y una retransmisora de programas alemanes, ingleses, franceses, italianos, israelíes, holandeses... (etc.).

La cita es larga, pero da la situación; el libro realiza el análisis, muestra causas y efectos. Las últimas frases del prólogo ponen el dedo en la llaga sobre el sistema de comunicaciones venezolano: «En su perversión innata, es un sistema perfecto, con todos los números para perpetuarse y perpetuar el sistema que lo respalda. Por eso los jefes de gobierno y las «fuerzas vivas» de la economía y la política lo defienden con tanto calor. Porque en el fondo de sus almas intuyen oscuramente la factibilidad de la hipótesis marcusiana: que la desintegración del sistema imperante en las comunicaciones los dejaría sin voz y sería el preludio *real* de la desintegración de todo su sistema de poder» (p. 32). Luego de esta violenta y sustanciosa «entrada en materia», y del prólogo a la primera edición, Pasquali se aplica a plantear una «Teoría de la comunicación: las implicaciones sociológicas entre información y cultura de masas. Definiciones», título del primer capítulo, 50 páginas densísimas con las que tantos otros «expertos» del tema habrían escrito todo un libro. El segundo capítulo será: «Cultura de masas e información audiovisual en Venezuela. Síntomas, causas y agentes transmisores.» Los apartes de sus páginas iniciales pueden dar ya idea de la orientación del estudio: «a) La contaminación de todos los poderes públicos por las *élites* de la economía privada»; «b) La inexistencia de vehículos impresos para la 'difusión pública'»; «c) La auscultación mágica de la alocución»; «d) El hablar en clave y el escrito cifrado»; «e) Los 'colaboracionistas' de la masificación». Cifras, historia, listas de anunciantes y publicistas, citas de la prensa suministran la materia sobre la que trabaja el autor en este capítulo, cuya segunda parte analiza la pirámide de quienes controlan la cultura de masas en Venezuela: anunciantes, agentes de publicidad, propietarios de medios de masas, profesionales de la información: «Este esquema puede aplicarse tanto a las actividades publicitarias puras y simples como a la producción de bienes culturales de masas, en

todos aquellos casos en que la relación de ambas funciones no sólo esté exenta de contradicciones, sino que presente una total identidad. Tal es el caso de Venezuela, país en el que los elementos componentes de esta jerarquía se hallan institucionalizados en cada uno de los peldaños (...) la relación económica e ideológica entre el estrato superior y el inferior queda férreamente establecida desde el momento que el eslabón intermediario (justamente el de los *medios*) no goza, según vimos, de la independencia económica que le permitiría romper la cadena de las subordinaciones y anular la *leadership* del binomio anunciante-publicista sobre la masa de los receptores. No hay en Venezuela un solo medio masivo de información que pueda prescindir de las pautas publicitarias, y un hipotético *lock-out* total de los anunciantes dejaría al país, en el giro de pocos días, sin un solo periódico, una sola emisora de radio o de televisión» (páginas 111-112). El *lock-out*, por otra parte, se ha ejercido ya en Venezuela, como recuerda Pasquali, destinado a encarrilar algún periódico mínimamente soliviantado, con el inmediato resultado de un cambio de línea, de la expulsión del equipo «audaz» y de la vuelta del flujo de anuncios a las páginas del órgano de nuevo dócil.

En el capítulo siguiente, «Lineamientos para una descripción del mensaje telefílmico», Pasquali plantea una metodología de las reducciones de los sentidos del mensaje, analizando suficientes series de telefilmes como *Bonanza*, *Sunset strip*, *Misterios de la Ciencia*, *Intriga Internacional*, etc., y realizando un trabajo ejemplar sobre *Perry Mason*. Los falseamientos históricos, el despliegue de todos los clásicos mecanismos de evasión, la exaltación de la violencia, los comportamientos típicos de la cultura de masa norteamericana y otros elementos formarán lo que el autor llama «el primer intra-cuerpo conceptual del telefilm», del que pasa a la definición del «mensaje latente» y su sentido: «por aparente paradójica, consiste en exaltar ante la conciencia siempre más alienada y despersonalizada del hombre-masa un ideal ultraindividualista de vida» (p. 165).

Con esto llegamos a la segunda parte del libro, y a su capítulo cuarto, «El medio radio. Composición de programas en la radiodifusión venezolana», cuyo estudio será precedido de una caracterización de la prensa, hecha en una larga nota al pie de varias páginas. Pasquali constata «la cantidad relativamente pequeña de material de lectura: un promedio del 21 por 100 del espacio» de los diarios venezolanos y, además, «El hecho de que la mayoría de su material de lectura sea un rosario de cables de agencia, sin retoques, produce al menos, dos evidentes resultados: 1.º Una dependencia político-ideológico-cultural, en la cual consideramos innece-

sario insistir; 2.º Una gran uniformidad de contenido entre todos los periódicos, que sólo se diferencian por su nombre, por el titulado y por la disposición del material en sus páginas» (nota páginas 190-192).

El panorama de la radio que fija Pasquali en su estudio es absolutamente desolador. Ya en sus preliminares, la falta de planificación de los programas, la poca potencia de las emisoras (con la pomposa Radio Nacional a la cabeza, que se puede oír hasta sólo poco más afuera de Caracas), la ausencia de cuerpos redactores, de corresponsales, la total sumisión a los anunciantes, el descuido cultural, etc., abruma. Unos cuantos hechos fija Pasquali al paso: «En Venezuela, las solas dieciocho emisoras caraqueñas vomitan sobre el oyente 8.586 mensajes publicitarios al día por un total de 91 h. 40' (cerca del 30 por 100 de su tiempo total de emisión)» (p. 193). «*Por falta de uso*, el país ha perdido en estos años todas las frecuencias de onda corta que le habían sido asignadas, y es invadido, en las zonas fronterizas, por las poderosas señales radiales de los países vecinos» (p. 199). Y «el 60 por 100, aproximadamente, del territorio nacional, habitado por aquel sector de la población (aproximadamente 25 a 30 por 100) técnicamente más necesitado de una radiodifusión buena y «vinculante», resulta desprovisto de antenas radiales y no ofrece la posibilidad de oír radio durante las horas diurnas» (p. 203). El bisturí se hace ya terriblemente sangriento con el deslinde de la composición de programas de una emisora tipo: 34,8 por 100 de radio-novelas; 31,4 por 100 de publicidad comercial; 17,6 por 100 de informaciones de todo tipo; 14 por 100 de emisiones musicales, deportivas, etc.; 2,2 por 100 dando la hora.

Un capítulo similar estudiará «El medio televisión. Composición de programas en la televisión venezolana». La situación, con lógicas variantes, es la misma de la radio, aunque los intereses económicos sean aquí evidentemente más poderosos: «Duplicando el esquema operativo de la radio, la televisión comercial limita su expansión a las zonas más rentables de Venezuela. Al menos el 35 por 100 de la población del país (que ocupa un 70 por 100 de su extensión territorial) no recibe hoy ninguna señal de televisión» (p. 247). La Televisora Nacional languidece tanto como su gemela radiofónica, y las estaciones comerciales, operando todas desde Caracas, se nutren abusivamente de telefilmes importados de los Estados Unidos. Citando datos de *El huésped alienante*, libro de la venezolana Martha Colomina, Pasquali escribe que: «ve televisión diariamente (no se sabe por cuántas horas), el 84,51 por 100 de la *clase pobre* (ingresos de 700 bolívares mensuales por familia), el 94,13 por 100 de la clase

*medio-baja* (ingresos de 1.250 bolívares mensuales por familia) y el 95,65 por 100 de la clase *medio-alta* (ingresos de 3.200 bolívares mensuales por familia)» y que «ningún sector económico de la población posee resistencias culturales suficientes para sustraerse al impacto de la televisión comercial» (p. 249). Para no alargar este comentario, digamos finalmente que el televidente venezolano sufre «un mensaje comercial de 33 segundos cada 79 segundos de programación», interrumpiendo cualquier tipo de emisión.

Un capítulo sobre «El cine: situación y perspectivas de su industria y mercado en Venezuela», que es más bien una aguda denuncia de los obstáculos que se le ponen al incipiente cine nacional, unas «Conclusiones nacionales: Por una política de planificación de las comunicaciones masivas, como factor resolutorio del subdesarrollo cultural», que muestran que Pasquali no es un crítico apocalíptico, sino un intelectual inteligente (los hay, pues), que si apunta la utopía es en vistas a su realización, y toda una serie de apéndices: leyes, proyectos, reglamentos, etc., seguidos de tres anexos sobre los encuentros nacionales de cine, completan este libro estupendo, esencial no sólo para Venezuela, sino para Hispanoamérica y, en general, el tercer mundo. El lector que quisiera completar los análisis concretos de Pasquali con unas interpretaciones no menos concretas, pero realizadas en ensayos más amplios —y que darían, además, una visión sobre las dificultades de los medios en el tercer mundo socialista o en vías de serlo—, podría acudir a los trabajos del cubano Edmundo Desnoes, sobre todo su «Imagen fotográfica del subdesarrollo», incluido en el libro *Punto de vista* (2), o algunos textos sueltos del mismo autor, como «Las armas secretas» y «El afiche de la revolución cubana», índices todos de esa valiosa promoción hispanoamericana de críticos de la cultura de masas.—*JULIO E. MIRANDA* (21, rue de l'Équité. 1090. BRUSELAS. BELGICA).

OBDULIA GUERRERO: *José Luis Hidalgo*. Epesa. Madrid, 1971.

José Luis Hidalgo nació en Santander en 1919. Fue movilizad o a los diecinueve años. Murió en 1947, dejando al menos un libro imprescindible en el censo poético de los primeros años de posguerra: *Los muertos*.

Hace unos meses, al cumplirse el vigésimoquinto aniversario de

---

(2) *Punto de vista*, Instituto del Libro, La Habana, 1967.