

# el lagrimal trifurca

---



---

## IMPERIALISMO Y MEDIOS MASIVOS

Dibujos y humor de FONTANARROSA

LEONEL RUGAMA: Poeta Guerrillero

La Traición de Manuel Puig - Cuentos:

Martini y Signes - Poemas: Kern, Moyá





## el lagrimal trifurca

revista trimestral

OCAMPO 1812 - ROSARIO (Sta. Fe) - Argentina

CeDInCl

Dirección: ELVIO E. GANDOLFO

Redacción: HUGO DIZ

FRANCISCO GANDOLFO

JUAN CARLOS MARTINI

Colaboró en la encuadernación: Samuel Wolpin  
Diagramó: EEG

R. N. P. I. 982790

## sumario número nueve

### CUENTO

- Juan Carlos Martini 3 *La pura verdad*  
Rogelio Ramos Signes 43 *The eggmen again*

### POESIA

- Leonel Rugama 13 *Poeta guerrillero*  
14 *Las casas quedaron llenas de humo*  
16 *Para que se den cuenta*  
17 *Biografía*  
18 *La tierra es un satélite de la luna*  
Sergio Kern 34 *Y así nacieron miles de cosas*  
35 *Sentado sobre la mesa de un bar*  
36 *El perro Méndez no duerme*  
Fanny Moyá 37 *Tres poemas*  
Anónimo 48 *Dos poemas*

### ANÁLISIS

- Leonardo Acosta 19 *Medios masivos e ideología imperialista (1ra. parte)*

### CHILE

- Pablo Neruda 40  
Salvador Allende 42

### KUADERNO

- Elvio E. Gandolfo 51 *La traición de Manuel Puig*  
Tijera 54 *(Lewis Carroll, Felisberto)*



Eduardo D'Anna 55 *El final de un comienzo (sobre  
Osvaldo Soriano)*  
R. O. Ielpi 57 *Reportaje sobre La Forestal*  
Juan Carlos Martini 61 *Enrique Medina: las malas  
palabras*  
Bibliográficas 63  
Datos sobre los autores 65

#### DIBUJOS

Roberto Fontanarrosa 3, 43 y 4 láminas fuera de texto

octubre/diciembre - 1973

CeDInCI

JUAN CARLOS MARTINI

la pura verdad



—Es el calor —dijo el viejo—. No me deja respirar.

Estaba sentado a la sombra de un árbol, junto a la casa, y secaba el sudor que le corría por la cara y por el pecho con una toalla. Un chico gateaba entre sus piernas y el viejo le hablaba.

—Todavía no sabés lo que es el verano. Todavía no te parás y no necesitás buscar las cosas porque te las traen y te las dan, y te dan de comer y a vos no te importa nada más —dijo el viejo.

Tenía los ojos nublados cuando miró la casa de madera y lata, la puerta entreabierta y el hueco de la oscuridad adentro. El chico se abrazó a una de las piernas del viejo, pronunció un sonido y sonrió, tironeando los pantalones, dejándose caer otra vez al suelo, haciendo después un agujero en la tierra con un palito: volvió a mirar al viejo y a reírse.

—Reíte —dijo el viejo—. Reíte, vos.

La toalla estaba empapada y el sudor seguía brotando de su cuerpo, copiosamente, acumulándose en líneas brillantes entre los pliegues de su carne y de su grasa.

—El calor es la peor de las pestes —dijo—, la peor de las torturas de dios.

Se miró las manos hinchadas y sopló el aire caliente, sin ganas, sin fuerza, inútilmente. Eran las seis de la tarde y corría un viento norte, espeso y tibio, levantando nubes de tierra.

—Mirá —dijo el viejo—. Hasta el cielo cambia de color, mirá. Parece del color de los ratones.

La casa se sacudía por el viento. Una chapa golpeaba contra una madera. El viejo dio vuelta la cabeza y miró la casa. Los ojos negros, inyectados, se detuvieron en algún lugar y después se olvidaron de la chapa y la madera que se golpeaban y simplemente parecía mirar hacia la casa pero no la veía. El chico se llevó a la boca un puñado de tierra y pronto se ensució la cara de barro.

—Cuando venga tu madre —dijo el viejo.

Ahora se anudaba la toalla al cuello y bufaba. El sudor le mojaba la barba amarillenta de varios días. Los labios morados le daban un aspecto febril. Se pasó una mano por la calva reluciente, dorada por el sol, marcada por dos cicatrices.

—Ya ni fumar puedo —dijo—. Vos no sabés lo que es eso. Me muero si fumo con este calor. Eso es lo más terrible.

El chico gruñó, dejó el palito y la tierra y comenzó a gatear alrededor de sus piernas, colgándose a veces de los pantalones que terminaban en hilachas.

—Nos vamos a ir —dijo el viejo—. Este no es lugar para la gente.

Acá no se puede vivir. Nunca se pudo vivir acá. Cuando venga tu madre voy a decirle. . .

Se quedó mirando el auto negro que llegaba, opaco por la tierra, dando tumbos sobre la calle desapareja. Se detuvo cerca y el viejo echó un vistazo a los tres hombres que llegaban. Tocó la cabeza del chico, el pelo negro y sucio.

—Qué quieren éstos —dijo el viejo—. Decíme para qué vienen —murmuró, tosiendo. Desanudó la toalla y se secó el pecho.

El hombre que bajó venía sentado adelante, junto al que manejaba. Dio la vuelta por atrás del auto y se acercó.

—Buenas —dijo el hombre.

Los otros se quedaron en el auto, mirando alrededor, encendieron cigarrillos, se dijeron algo. El que estaba en el asiento trasero se echó contra el respaldo y cruzó los brazos, mordiendo el cigarrillo entre los labios. El que manejaba apoyó el brazo izquierdo en la ventanilla y la mano derecha en el volante.

—Buenas —dijo el viejo, sin levantar la cabeza.

—¿Qué tal? —preguntó el hombre—. ¿Cómo está?

Se paró junto al viejo y puso las manos en los bolsillos del pantalón. El viejo miró los zapatos, los pantalones arrugados el saco con los tres botones abrochados: el traje azul y la camisa blanca y la corbata verde con el nudo mal hecho. La ropa limpia, vieja y mal planchada. Tenía el pelo castaño, enrulado y aceitoso.

—¿Cómo quiere que esté? —dijo el viejo.

—Hace mucho calor —dijo el hombre.

—Eso le estaba diciendo al nieto —dijo el viejo—. Demasiado calor para seguir viviendo aquí. Ya no tengo edad. Me estoy muriendo y el calor me mata más rápido. Usted ve.

—No es para tanto —dijo el hombre—. Usted por protestar nomás —mostró los dientes, sonriendo: dientes grandes y amarillos, como un racimo colgando de las encías enfermas.

—Si quiere, pase y tráigase una silla —dijo el viejo—. Y unos vasos y una botella.

El hombre entró a la casa. El chico siguió gateando en círculos ahora un poco mayores. Cada tanto llegaba hasta las piernas del viejo, hacía un alto, tironeaba sus pantalones y reiniciaba la marcha. El hombre regresó con una silla de paja, una botella de vino y dos vasos de vidrio verdes. Se sentó y llenó los vasos. Tomaron un par de tragos.

—No es un lugar tan malo —dijo el hombre mirando las casas, los árboles, una canilla que goteaba en el medio de la calle formando un charco.

—Es una vergüenza —dijo el viejo. Bajaba la voz, como si el aire que llegaba a sus pulmones no fuera suficiente.

—Hay lugares peores —dijo el hombre.

—Sí —dijo el viejo—. Y los hay mejores. Quiero irme de acá. Voy a decirle a mi hija que nos vayamos. Que busque algo en otro lado y que dejemos esto.

Una mujer salió de una casa, enfrente, fue hasta la canilla, llenó dos bidones con agua y volvió. En el camino de ida miró el auto y los hombres sentados a la sombra del árbol. Saludó con la cabeza, se inclinó sobre la canilla y esperó que el chorro de agua turbia colmara los bidones. Se incorporó, miró otra vez a los hombres y volvió a la casa. Cerró la puerta.

—¿Y qué lo trae por acá? —preguntó el viejo buscando los ojos chicos, marrones, del hombre.

—Nada en especial —dijo el hombre—. Nada serio.

—Vamos —dijo el viejo.

—Le digo la verdad —dijo el hombre. Terminó su vaso y se limpió la boca con una mano. Prendió un cigarrillo negro y largó el humo en una prolija columnita. Con un dedo recorrió el corte del bigote.

—Bueno —dijo el viejo—. Si usted lo dice.

El viento arrastraba una caja calle abajo, hacia el puente de madera sobre el arroyo siempre seco en el verano. La chapa seguía golpendo la madera en algún rincón de la casa. No era un ruido molesto. Era la consecuencia del viento. El viejo ya no se preocupaba por eso.

—Pasábamos cerca —dijo el hombre—. La rutina, usted sabe,

—Sí, sí —dijo el viejo.

—Y estábamos tan cerca, por la avenida, que me dieron ganas de venir a verlo, de charlar un rato —dijo el hombre.

—¿Cómo es la avenida? —preguntó el viejo.

El hombre no contestó.

—Hace muchos años que no me muevo de acá —dijo el viejo—. Antes no era una avenida, era una calle de piedra, con faroles, y había un almacén, un club y un quilombo.

—Hace mucho de eso —dijo el hombre. Se sirvió más vino.

—Sí, hace mucho —dijo el viejo—. Ya no sé cuántos años. Ni la memoria me ha respetado este calor. Me puse viejo. Me parece que un día dejé de ser joven y me volví viejo, y ya no supe nada más que lo que pasa acá, en esta docena de casas.

—Exagera —dijo el hombre—. Se ha puesto protestón y exagerado. Donde estaba la calle hay una avenida. Se puede ver desde allá —señaló con una mano y el viejo movió los ojos en esa dirección—. Le han puesto luces de mercurio y semáforos, tiene que saberlo.

—No puedo moverme —dijo el viejo—. No puedo caminar hasta

allá. Sé que le han puesto esas cosas. Toda la gente de acá fue a la inauguración de la avenida, pero yo no pude. Me contaron. Me dijeron que se prende una luz verde y después una luz amarilla y después una colorada. Sé que son luces pero no las ví. Estoy cansado de vivir acá. Quiero irme a la ciudad.

—Usted vive en la ciudad —dijo el hombre.

El viejo sonrió, se atragantó y tosió.

—Sírvame —dijo. Extendió la mano con el vaso vacío. Esa gente, ¿no querrá tomar? —indicó con la cabeza hacia el auto.

—No —dijo el hombre—. Déjelos que esperen.

—La ciudad está allá —dijo el viejo—. Después de los árboles, después de la avenida.

—Si le muestro un mapa se va a dar cuenta —dijo el hombre. Se paró, fue hasta el auto y volvió con un mapa. Lo extendió en el suelo. El viejo miró el papel cubierto de cuadritos y letras.

—No sé leer —dijo.

—No importa —dijo el hombre—. Usted me cree, ¿no es cierto? Yo no le voy a mentir.

—Le creo —dijo el viejo.

—Bueno, mire —dijo el hombre. Puso un dedo en el mapa—. Usted vive aquí, ¿ve?

—Veo —dijo el viejo.

El chico llegó gateando hasta el charco de la canilla. Hundió un dedo en el barro y se lo llevó a la boca.

—Vení acá, vos —dijo el viejo—. Cuando venga tu madre.

—Mire —dijo el hombre— ¿Qué hay alrededor de este barrio? El viejo miró el mapa.

—No sé —dijo.

—Calles, manzanas, otros barrios —dijo el hombre—. ¿Ve?

—Veo —dijo el viejo.

—Bueno, usted vive en la ciudad —dijo el hombre.

—Esto no es la ciudad —dijo el viejo. Se pasó la toalla por la frente—. No van a ser tan estúpidos de tener este calor allá.

—Está bien —dijo el hombre—. Se refa. Tiró el cigarrillo al suelo y lo pisó. Dobló el mapa y lo guardó en un bolsillo.

—Nos vamos a ir de esta porquería —dijo el viejo—. No se puede aguantar. Voy a decirle a mi hija. Este no es lugar para el chico. Ni para mí. Me estoy muriendo.

El hombre hizo un buche con vino.

—No viene mucha gente —dijo después.

—¿Gente de allá? —dijo el viejo.

—Sí.

—No —dijo el viejo—. No viene mucha. Más bien poca. A veces

nadie. Pasan los meses y no se ve una cara nueva. Siempre los mismos.

—Estábamos dando una vuelta —dijo el hombre—. Por acá cerca, buscando un tipo. Y aproveché para verlo.

—Hizo bien —dijo el viejo apretando la toalla entre las manos.

—Un tipo raro —dijo el hombre—. No sabemos mucho.

—Vení acá, vos —dijo el viejo. El chico miró al viejo, desde el medio de la calle, y levantó una mano mostrando un poco de barro.

—Un tipo joven y bien vestido —dijo el hombre.

Llega caminando por la calle de tierra, a paso lento, con las manos en los bolsillos. Usa un pantalón celeste y una camisa negra. Tiene el pelo largo, rubio, y ojos pardos. Lleva un bolso colgando en bandolera y un par de zapatos nuevos. El viejo lo mira llegar por la calle de tierra, desde la avenida, y lo ve hablar con tres chicos que se acercan para pedirle monedas y cigarrillos.

—Se hace de noche —dijo el viejo—. Puede que afloje el calor, para poder dormir. Parece un horno esta casa. De día hay que estar afuera.

—Lo estábamos buscando —dijo el hombre— así al boleo, dando vueltas. Y dije bueno, no lo vamos a encontrar antes porque nos demoramos un rato.

—Bien pensado —dijo el viejo, después de terminar su vino— Ustedes tienen tiempo, tienen paciencia y saben lo que hacen. Tarde o temprano van a conseguir lo que quieren. Cuando el barrilete colea hay que soltarle piolín. Escaparse no se va a escapar. Se puede venir abajo pero no va a desaparecer en el aire. ¿No es cierto?

—Tiene razón —dijo el hombre—. Pero de todas maneras me tiene preocupado.

—¿Dice que joven? —dijo el viejo.

—Sí. Veinticinco, ventiseis años. Linda pinta, fuerte, pero jodido

—Cuando venga tu madre —dijo el viejo— Me va a empezar a gritar y a echar la culpa de que estás a la miseria. Vení acá, carajo.

El chico estaba sentado en el barro, jugando con hojas de una revista que el viento había arrastrado por la calle.

El viejo lo mira llegar con aquellas maneras cansadas y detenerse en medio de la calle cuando los tres chicos lo rodean y le piden monedas y cigarrillos. El hombre rubio los mira y en su cara hay marcas, sombras, que le aumentan la edad. El viejo lo ve pasar la mano por la cabeza de uno de los chicos, lo ve acomodar la correa del bolso sobre su hombro y hacer un gesto con las manos, diciendo que lo sigan.

—Vení, te digo —dijo el viejo. El chico no hizo caso. El sol se ponía detrás de unos sauces y la tierra levantada por el viento era de pronto una bruma rojiza y liviana.

—¿Y su hija, don? —preguntó el hombre, desabrochando un botón

del saco y acomodando la corbata.

—Mi hija —dijo el viejo, mientras plegaba la toalla sobre uno de sus muslos—, cuando vuelva y vea a este chico así.

—¿Vive acá, con usted? —preguntó el hombre.

El viejo levantó los ojos nublados. Tenía la nariz cubierta por una red de pequeñas líneas rojas. Las aletas se abrieron cuando aspiró el aire y lo contuvo en los pulmones. Se pasó un dedo por los labios morados y sopló suavemente.

—Sí —dijo—. Ella vive acá, como siempre. Sale a trabajar todos los días y vuelve a la noche. Todas las noches a la misma hora, más o menos a las nueve. Prepara la comida y cenamos. Acuesta al chico y se va a charlar con una amiga que vive allá.

Tuvo que hacer un esfuerzo para levantar el brazo y señalar con una mano. El hombre dio vuelta la cabeza y miró la casa de madera y lata que el viejo le mostraba, cruzando la calle, a unos cien metros, cerca del arroyo seco. Los hombres del auto esperaban en silencio.

Los tres chicos siguen al hombre rubio. Uno se cuelga del bolso y los otros saltan a su paso, como festejando su llegada. Pasan frente al viejo, llegan al bar y se sientan a una mesa sobre la vereda de tierra dura y piedras. Un hombre sale del bar de madera y los atiende. Es un hombre gordo, de pelo y bigotes grises, que usa una camisa arremangada y un pantalón negro. El viejo ve que quiere echar a los chicos pero el hombre rubio le dice que no y los chicos gritan y aplauden.

—Es temprano, entonces, para verla —dijo el hombre.

El viejo miró la botella de vino por la mitad, los vasos en el suelo y sus pies sucios desbordando las zapatillas.

—¿Para qué quiere verla? —preguntó.

—Para nada —dijo el hombre—. Pensaba que a lo mejor ella sabía algo de este tipo, pero no me haga caso.

—No creo que sepa —dijo el viejo.

—Yo tampoco —dijo el hombre—. Se me cruzó la idea, pero si usted no lo ha visto.

—No lo vi —dijo el viejo.

El gordo lleva a la mesa una bandeja con comida, vino y soda. El hombre rubio y los tres chicos comen. El hombre mira la calle y los árboles, y come sin apuro, y toma vino y después se queda allí, mientras los chicos se levantan y juegan, se revuelcan, se ríen, corren de un lado a otro, vuelven junto al hombre rubio y hablan con él.

—Nos dijeron que andaba cerca de aquí —dijo el hombre—. Uno nunca sabe. Me dije: Vamos a ver al viejo, a tomar un vino y a charlar con él.

—Hizo bien —dijo el viejo—. Alguna vez vamos a charlar en otro lado. Me quiero ir de esta basura. ¿Usted qué piensa?

El hombre miró al viejo. Había dejado de sudar y parecía respirar mejor. Los ojos del hombre estaban turbios.

—¿Qué pienso de qué? —preguntó el hombre.

—¿Podremos irnos?

El hombre demoró para contestar.

—No sé —dijo después. Movié la cabeza de un lado a otro— Todas las cosas son difíciles a veces. En general nadie vive como quiere.

—Eso es verdad —dijo el viejo—. Pero yo quiero irme.

—Es lo principal —dijo el hombre—. Si de verdad quiere irse pienso que se irá.

—No está convencido —dijo el viejo.

—Usted tampoco —dijo el hombre.

—No sé —dijo el viejo—. Mire a ese chico.

Se hace de noche y el hombre rubio espera, sentado en el bar. El viejo lo ve desde su silla, bajo el árbol, junto a la casa que cruje cuando sopla el viento. Los chicos han desaparecido y la calle está en silencio. Hay ruidos de grillos y de sapos. Desde la avenida llega el rumor de la ciudad, el brillo de alguna luz de mercurio entre los árboles. El viejo ve venir a su hija desde la ciudad. Es una mujer alta y morocha, de amplias caderas y pechos grandes. El hombre rubio también la mira y ahora le hace un saludo moviendo la cabeza, sonriendo apenas. La mujer pasa frente al padre y dice algo que el viejo no alcanza a escuchar. Mira en cambio el pelo largo de la hija cayendo sobre la espalda, sus ancas, sus piernas cuando llega junto al hombre que espera en el bar.

—¿Qué tiene el chico? —dijo el hombre. Sacó un paquete de cigarrillos del saco y prendió uno.

—Nada —dijo el viejo levantando los hombros.

—Juega —dijo el hombre—. Todos los chicos hacen lo mismo.

—Usted no entiende —dijo el viejo.

El hombre se quedó callado. Se pasó una mano por la cara y terminó el vino que quedaba en el vaso.

—A veces me parece que la gente ya no entiende —dijo el viejo. Hizo un bollo con la toalla y la tiró hacia la puerta de la casa. Las paredes crujían sacudidas por el viento un poco más fuerte.

—No tiene que ser tan pesimista —dijo el hombre.

La mujer cruza la calle con el hombre rubio. De cerca el viejo se da cuenta que es más joven de lo que parece. Dos o tres años más joven que su hija. La mujer dice que el hombre rubio duerme esa noche con ellos. El viejo no dice nada. Trata de levantarse de la silla pero no puede. El hombre rubio lo ayuda y entran a la casa. La mujer prepara

sopa, hierve papas y carne y acuesta al chico que se duerme enseguida. El hombre rubio pone un mantel manchado de vino y grasa sobre la mesa. Después la mujer trae platos y cubiertos. Sopla un poco de viento, y el ruido de las maderas crece. El viejo empieza a tomar la sopa. El hombre rubio no habla. Se sienta y mira al viejo. La mujer trae una cacerola y sirve la carne sobre los platos cuarteados. El viejo dice que nunca tuvo tanto calor como esa tarde.

—El pesimismo destruye a la gente —dijo el hombre.

—No soy pesimista —dijo el viejo—. Sería pesimista si pensara que nunca más ese arroyo se va a llenar de agua o que me voy a morir acá. Pero no pienso eso.

El chico regresó gateando.

—Es un tipo jodido el que buscamos —dijo el hombre—. Lástima que no lo haya visto.

—Lástima —dijo el viejo. Acariciaba la cabeza del chico jugando entre sus piernas.

—Su hija, entonces —dijo el hombre—, no lo habrá visto.

—Supongo que no.

—¿Y por qué lo supone?

El viejo levantó los ojos y sonrió.

—Porque no estuvo por acá.

—Hay algo que quizá usted no sepa —dijo el hombre.

Recogen los platos y los lavan. La mujer hunde las manos en un fuentón con agua y jabón. El hombre rubio seca las cosas que ella le alcanza. El chico duerme en su cama. El viejo los mira. Tiene ganas de fumar. Cuando terminan el hombre ayuda al viejo a levantarse de la silla y lo lleva hasta la cama. El viejo se deja caer en el colchón y comienza a desvestirse lentamente. La mujer se saca el vestido y los zapatos y se acuesta en la otra cama. El hombre se saca la camisa, apaga la luz y se echa junto a ella. En la penumbra el viejo ve sus cuerpos en la cama, juntos y quietos, esperando el sueño. El viento no es muy fuerte pero las maderas crujen como de costumbre. El viejo dice que la casa se está viniendo abajo. La mujer le pide que se calle y que duerma.

—¿Qué? —dijo el viejo.

—Lo buscamos por algo feo —dijo el hombre.

—¿Qué? —dijo el viejo.

—Si usted pudiera decirme algo más yo también podría hacerlo —dijo el hombre—. No es para quedarse tranquilo con ese tipo.

—Mire la tierra —dijo el viejo—. Eso también me mata. Sírvame más, ¿quiere?

El hombre llenó el vaso del viejo y chupó el cigarrillo un par de veces. Después miró la brasa, hizo una mueca con la boca y palmeó

una rodilla del viejo.

—Si sabe algo —dijo— podríamos darle una mano para irse de acá.

—No sé nada —dijo el viejo—. La pura verdad.

Se levantan temprano. La mujer hace mate cocido. El hombre rubio se lava en la canilla de la calle. Comen pan con manteca y toman mate. La mujer saca a la calle la silla del viejo y el hombre lo ayuda a caminar. El viejo se sienta y hace un nudo con la toalla alrededor del cuello. El chico sigue durmiendo. El viejo mira como se levanta el sol sobre los árboles que cubren la avenida. Hace calor y el aire está pesado. El hombre se cuelga el bolso y sale de la casa de madera. La mujer termina de vestirse y también sale. El viejo los ve irse calle abajo. Cruzan el puente sobre el arroyo reseco. Siguen por un camino entre los sauces y desaparecen. La mirada del viejo recorre la calle, se detiene en la canilla que gotea, sube al cielo despejado, azul, y baja. Desde la avenida llega el ruido de la ciudad, creciendo. Más sofocante que ayer dice el viejo. Pasan los días y el hombre y la mujer no vuelven.

—Bueno —dijo el hombre—. Me voy.

Se paró, recogió la botella y los vasos y los llevó adentro.

—Cuando venga tu madre —dijo el viejo. El chico se había sentado frente al viejo y lo miraba.

—Hasta la vista —dijo el hombre. Levantó una mano, saludando. Se abrochó el saco y subió al auto. El que manejaba puso el motor en marcha. El hombre que estaba sentado atrás apoyó los codos en el asiento delantero y dijo algo. Los tres hablaron unos minutos. El auto dio la vuelta y aceleró rumbo a la avenida.

—Ya casi es de noche —dijo el viejo.

El viento sopló con más fuerza. La casa crujió. Un par de maderas cayeron desde el techo. El viejo miró la casa.

—No me voy a morir acá —dijo.

## LEONEL RUGAMA

poeta guerrillero

*El 15 de julio de 1969 Julio Buitrago, integrante del Frente Sandinista de Liberación, fue rodeado en una casa del Barrio Frixione, en Managua (Nicaragua). La cantidad de efectivos necesarios para terminar con su resistencia (300 guardias, varios aviones, una tanqueta) hizo pensar en un nutrido grupo de combatientes. Pudo ser muerto luego de varias horas de combate. Poco más tarde tres integrantes del Frente eran ametrallados en otra casa, esta vez en las cercanías de la Iglesia de Santo Domingo. Se trataba de Aníbal Castrillo, Alesio Blandón y Marcos Rivera. A todos ellos está dedicado "Las casas quedaron llenas de humo", el primero de los poemas de Leonel Rugama que publicamos en este número. Rugama nació en Nicaragua. Estudió en un seminario y luego en la Universidad, donde se recibió de profesor de Matemáticas. Sus compañeros recuerdan su permanente sentido del humor y su aguda inteligencia. Ya en los poemas publicados en esa época se advierten algunas de sus líneas esenciales: un completo despojamiento de metáforas y construcciones "poéticas", abundante uso de palabras netamente nicaraguenses y una positiva influencia de toda la poesía "exteriorista" de su país, cuyos principales ejemplos son Ernesto Cardenal, Coronel Urtecho y Beltrán Morales. Convencido de que el estudiante debe compartir las luchas de liberación de su pueblo, Rugama se unió al Frente Sandinista de Liberación. En enero de 1970 las tropas somozistas lo rodearon con el mismo despliegue que habían necesitado para terminar con Buitrago, Castrillo, Blandón y Rivera. Rugama tenía en ese entonces 20 años. Los dos guerrilleros que lo acompañaban, 18 y 19. Murieron con las armas en la mano y entonando el Himno Nacional Nicaraguense.*



## Las casas quedaron llenas de humo

Ay patria  
a los coroneles que orinan tus muros  
tenemos que arrancarlos de raíces,  
colgarlos en un árbol de rocío agudo,  
violento de cóleras del pueblo.

OTTO RENÉ CASTILLO

A los héroes sandinistas: JULIO BUITRAGO URROZ  
ALESIO BLANDON JUAREZ  
MARCO ANTONIO RIVERA BERRIOS  
ANIBAL CASTRILLO PALMA

Yo vi los huecos que la tanqueta Sherman  
abrió en la casa del barrio Frixione  
Y después fui a ver más huecos  
en otra casa por Santo Domingo.  
Y donde no había huecos de Sherman  
había huecos de Garand  
o de Madzen

o de Browning

o quién sabe de qué.

Las casas quedaron llenas de humo  
y después de dos horas  
Genie sin megáfono gritaba  
que se rindieran.

Y antes hacía como dos horas  
y antes hacía como cuatro horas  
y hacía como una hora  
gritaba

y gritaba

y grita

Que se rindieran.

Mientras las tanquetas  
y las órdenes

Las Browning

las Madzen

las M-3

los M-1

y las carreras

las granadas

las bombas lacrimógenas...

y los temblores de los guardias.

NUNCA CONTESTÓ NADIE

Porque los héroes nunca dijeron  
que morían por la patria  
sino que murieron.

X

CeDInCI

## Para que se den cuenta

Hace bastante le vi las piernas a una muchacha.  
Como los dientes de leche eran blanquísimas,  
semejantes no sé en qué al vidrio pulido de un carro nuevo.

Y me quedé ido  
hasta que ella hizo un vano intento de alargarse el vestido.  
Yo continué explicando

“para aprender matemáticas es necesario  
absoluta concentración”

Comencé a demostrar el teorema del Residuo  
o Pitágoras  
o Ruffini.

No resistí continuar

y al rato consideraba

lo fresco

lo húmedo

lo suave

de las piernas de aquella muchacha

Cuando me callaba, todos pensaban

que resolvía una abstracción matemática

yo le veía las piernas

casi todos los días le veía las piernas

y nunca pude tocárselas.

## Biografía

Nunca apareció su nombre  
en las tablas viejas del excusado escolar.

Al abandonar definitivamente el aula  
nadie percibió su ausencia.

Las sirenas del mundo guardaron silencio,  
jamás detectaron el incendio de su sangre.

El grado de sus llamas

se hacía cada vez más insoportable.

Hasta que abrazó con el ruido de sus pasos  
la sombra de la montaña.

Aquella tierra virgen le amamantó con su misterio  
cada brisa lavaba su ideal

y lo dejaba como niña blanca desnuda,  
temblorosa, recién bañada.

Todo mundo careció de oídos y el combate  
donde empezó a nacer  
no se logró escuchar.

## La Tierra es un satélite de la Luna

El apolo 2 costó más que el apolo 1  
el apolo 1 costó bastante.

El apolo 3 costó más que el apolo 2  
El apolo 2 costó más que el apolo 1  
el apolo 1 costó bastante.

El apolo 4 costó más que el apolo 3  
el apolo 3 costó más que el apolo 2  
el apolo 2 costó más que el apolo 1  
el apolo 1 costó bastante.

El apolo 8 costó un montón, pero no se sintió  
porque los astronautas eran protestantes  
y desde la luna leyeron la Biblia,  
maravillando y alegrando a todos los cristianos  
y a la venida el Papa Pablo VI les dio la bendición.

El apolo 9 costó más que todos juntos  
junto con el apolo 1 que costó bastante.

Los bisabuelos de la gente de acahualinca tenían menos hambre  
que los abuelos.

Los bisabuelos se murieron de hambre.  
Los abuelos de la gente de acahualinca tenían menos hambre  
que los padres.

Los abuelos murieron de hambre.  
Los padres de la gente de acahualinca tenían menos hambre que  
los hijos de la gente de allí.

Los padres se murieron de hambre.  
La gente de acahualinca tiene menos hambre que los hijos de la  
gente de allí.

Los hijos de la gente de acahualinca no nacen por hambre,  
y tienen hambre de nacer, para morir de hambre.  
Bienaventurados los pobres porque de ellos será la luna.

# FONTANARROSA

dibujos

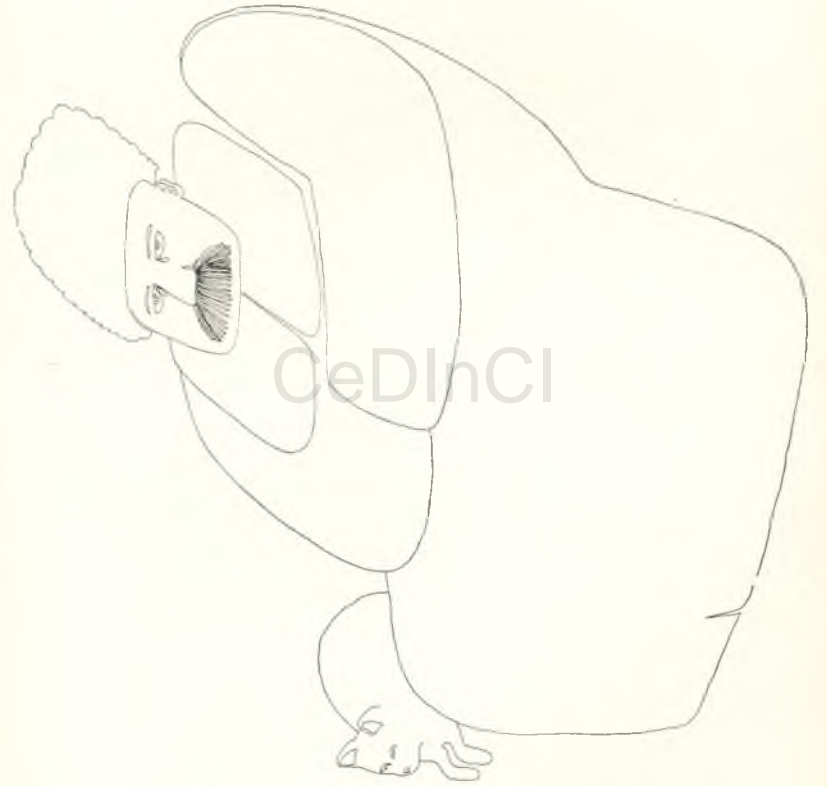


CeDInCl



CeDInCl

CeDInCl



CeDInCl

CeDInCl



CeDInCl

# medios masivos e ideología imperialista

LEONARDO ACOSTA

## PRIMERA PARTE

La expresión "medios masivos de comunicación" —surgida en los Estados Unidos— esconde ya una trampa, o acaso varias. En primer lugar, tales medios no constituyen realmente un vehículo de la comunicación humana, pues comunicación implica diálogo, intercambio, y los **mass media** hablan, pero no admiten respuesta. Son, en todo caso, medios de transmisión, o de difusión. En segundo lugar, los términos "masivo", "masa", empleados por la sociología burguesa son conceptos abstractos, imprecisos y equívocos. Así, la referencia a "medios masivos" podría sugerir el empleo, por parte de las masas populares, de ciertos vehículos transmisores de mensajes, lo cual no ocurre en la sociedad capitalista. Pero además, si se trata de **medios** de difusión, debemos saber a qué **fin**es están destinados, y quién o quiénes están en disposición de utilizar esos medios de acuerdo con los fines establecidos de antemano.

## MEDIOS MASIVOS Y ESTRUCTURA DE PODER

Desde la prensa masiva hasta la televisión, estos medios se han desarrollado por primera vez en los Estados Unidos, paraíso del capitalismo monopolista y del moderno imperialismo financiero. Estos medios masivos y su producto final, la llamada "cultura de masas", asumen un papel cada día más importante como complejo industrial-ideológico destinado a justificar y perpetuar el sistema capitalista y en particular el **establishment** norteamericano, o sea, el complejo financiero-político-militar que constituye la médula del imperialismo yanqui. (1)

Los modernos medios masivos son, ante todo, poderosas empresas privadas que requieren grandes capitales debido a la tecnología cada vez más "sofisticada"

(1) Sobre el empleo del término **financiero**, debemos aclarar que en este trabajo nos referiremos al **capital financiero** entendido como la fusión del capital bancario con el capital industrial, fenómeno típicamente yanqui. Sobre la engañosa expresión "cultura de masas" nos extenderemos más adelante. Los críticos de esta **seudocultura** han acuñado otras expresiones para designarla: por ejemplo, los teóricos de la llamada "escuela de Frankfurt", como Marx Horkheimer y Theodor W. Adorno, la llaman "industria cultural", y el sociólogo norteamericano Dwight Mac-Donald emplea satíricamente el término **masscult** (culto de masas). En cuanto a la clasificación que hace Mac-Donald basada en tres niveles de cultura: **high**, **middle** y **lowbrow** (alta media y baja), preferimos no utilizarla aquí.

que emplean y que requieren a su vez un personal altamente especializado. Estas empresas se vinculan estrechamente al sistema industrial y al Estado norteamericanos a través de la importante y bien aceiteada maquinaria de la publicidad. Todo este aparato superestructural imperialista comprende, pues, cuatro elementos claves inextricablemente interrelacionados: **tecnología-medios masivos-publicidad-“cultura masiva”**, los cuales han originado a su vez un pensamiento teórico que podemos considerar bien como varias filosofías diferenciadas, bien como una ideología global del sistema con varias subideologías derivadas, como preferimos hacerlo aquí. Este nuevo universo ideológico del imperialismo es en el fondo una “puesta al día” de las antiguas categorías filosóficas —o más bien, mitológicas— del capitalismo, según las pautas trazadas por la moderna tecnología. Es también su último arsenal ideológico diseñado para contener el avance del **marxismo-leninismo**.

En la etapa de crecimiento y consolidación del capitalismo norteamericano, la ideología que intentaba justificar las acciones del naciente imperio estaba aún rodeada de un halo místico, mesiánico. Al igual que los imperialismos anteriores, el norteamericano llenó el siglo XIX de teorías mesiánicas o pseudo-científicas por las cuales se asignaban la “misión” de extender por el mundo sus valores, instituciones e intereses. (2)

Circunstancias diversas fueron minando el viejo imperialismo mesiánico: la Primera guerra mundial, la Revolución de octubre, la crisis financiera de 1929, el descrédito en que cayeron los mesianismos nazi y fascista, fueron hechos más o menos decisivos. El irracionalismo mesiánico ha quedado reducido a una corriente ultrarreaccionaria de importancia menor, y ha sido paulatinamente sustituido, junto con el resto del repertorio clásico de la **mitología burguesa**, por una ideología en apariencia menos irracional. La diferencia fundamental entre esta nueva ideología (en sus diversas variantes) y las anteriores, radica en su negativa a considerarse a sí misma como ideología, evitando con ello una confrontación directa con el marxismo-leninismo. (3)

En 1916 Lenin analizó el nuevo imperialismo financiero que surgía. De entonces acá, los imperialistas se esfuerzan en demostrar que el capitalismo es hoy “otra cosa”, y que las tesis de Marx y Lenin ya no tienen validez; incluso evitan la palabra capitalismo, y la sustituyen por eufemismos como “**sociedad de consumo**”, “**neocapitalismo**”, “**sociedad industrial avanzada**” o “**sociedad de masas**”, como abandonan el mito del progreso inmanente al desarrollo del capitalismo, pero sólo para sustituirlo por variantes semánticas tales como “**economía de crecimiento**”, “**expansión**” o “**desarrollo**”, y por el nuevo mito de la “**revolución científica-técnica**”. (4)

Claro que el capitalismo ha cambiado y cambia constantemente. Y no es extraño que el capitalismo renueve sus técnicas y, consecuentemente, sus ideologías, del mismo modo que un traje “pasa de moda” al verano siguiente. El capitalismo, por su propia esencia, tiene que renovarse y cambiar de faz para

(2) Una breve pero ilustrativa síntesis del mesianismo político norteamericano puede encontrarse en el libro de Claude Julien *El imperio norteamericano*. La Habana, 1970. Sobre el inicio de los slogans chovinistas como el del *American way of life* podemos remontarnos hasta la época del político yanqui Henry Clay, quien llamaba ya en 1824, a sus teorías proteccionistas y paternalistas “sistema americano”.

(3) A partir del surgimiento de una ideología del proletariado, el materialismo dialéctico e histórico, la ideología burguesa se ha visto más y más a la defensiva. A la anarquía de la producción capitalista ha correspondido una verdadera proliferación de escuelas filosóficas y religiosas. Véase al respecto el clásico texto de Lenin “*Sobre el significado del materialismo militante*” en *Sobre la literatura y la prensa*, La Habana, 1963, y el interesante artículo del académico I. Timoféiev “*Fantasmás del marxismo*”, en *Unión Soviética*, n. 5, 1972.

(4) Sobre la validez actual de las tesis de Lenin de 1916 véase Pierre Jalée: *El imperialismo en 1970*, México, 1970.

sobrevivir, aunque siga siendo el mismo sistema expoliador que analizara Marx y que sabemos condenado a desaparecer. En efecto, Marx y Engels plantearon claramente en el **Manifiesto Comunista**:

La burguesía no puede existir si no es revolucionando incesantemente los instrumentos de producción, que tanto vale decir las relaciones de producción; por tanto, todo el régimen social. Al contrario de cuantas clases sociales la precedieron, que tenían todas por condición primaria de vida la intangibilidad del sistema de producción vigente (...) la época de la burguesía se caracteriza y distingue de todas las demás por la transformación constante de la producción, por la conmoción ininterrumpida de todas las relaciones sociales, por una inquietud y una dinámica incesantes (...). Todo lo privilegiado y estable se esfuma, lo santo es profanado y, al fin, el hombre se ve obligado a contemplar con mirada fría su situación en la vida y sus relaciones con los demás.

La actual “cultura de los medios masivos” no es otra cosa que la superestructura del moderno capitalismo supertecnificado, o sea, que se corresponde con los cambios —nunca cualitativos, sin embargo— ocurridos en la sociedad capitalista, sobre todo norteamericana. Estos medios, pertenecientes en última instancia a la “**élite del poder**” yanqui, son utilizados para la manipulación de las clases explotadas por esa minoría que controla las industrias, los bancos y el Estado norteamericano. Su complejo funcionamiento y la terminología mistificadora que se ha creado en torno suyo se relacionan estrechamente con lo que se ha llamado “**sociedad de consumo**”. (5)

## LOS MEDIOS: HISTORIA Y SEUDOHISTORIA

La historia de estos medios masivos de manipulación —si exceptuamos la prensa escrita— comienza en este siglo, a partir de las nuevas tecnologías, y en particular del desarrollo de la electrónica. Se trata, pues, de un fenómeno reciente. Pero los ideólogos capitalistas hacen remontar sus raíces hasta un lejano y respetable pasado, e incluso interpretan la historia como “historia de la comunicación humana”. Han construido así una de las subideologías del moderno imperialismo, cuya ideología central se basa en la tecnología y el desarrollo tecnológico.

Los expertos en “medios de comunicación” sitúan los antecedentes de éstos en la radio o la telegrafía, en los tambores africanos o las señales de humo de los indios de las praderas; consideran los motivos murales de los sepulcros faraónicos o los códices aztecas y mayas como respetables ancestros de los modernos **comics**, y al referirse a la arquitectura de civilizaciones arcaicas, la interpretan como eficaces medios masivos para la transmisión de signos portadores de la ideología y la cultura de la época. (6) Aunque estas comparaciones puedan ser a menudo válidas, dejan de serlo cuando se convierten en ideología y en filosofía de la historia, porque aíslan el fenómeno de la comunicación humana de su contexto socioeconómico para considerarlo exclusivamente como tecnología. Este enfoque seudohistórico ignora deliberadamente las estructuras socioeconómicas de toda sociedad, con el objeto de

(5) Existen diversos intentos de redefinir el capitalismo en su estado de desarrollo actual a partir de alguna de sus características más notorias: el consumo, la tecnología avanzada, el militarismo, el saqueo de materias primas de los países explotados, etc. Un enfoque interesante es el de Adolf Kozlik: *El capitalismo del desperdicio*, La Habana, 1972.

(6) Un ejemplo clásico es el libro de Lancelot Hogben: *From cave painting to comic strip: a kaleidoscope of human communication*, Londres, 1949. Hay edición española: *De la pintura rupestre a la historieta gráfica*, Barcelona, 1953. Otros autores utilizan con frecuencia esas comparaciones. Véase de Umberto Eco: “Per un’indagine semiologica sul messaggio televisivo”, en *Revista di Estetica*, Turín, mayo-agosto, 1966.



origen: década del 30

ocultar las nociones de **clase y lucha de clases**, más temida aún por los capitalistas.

Porque, por ejemplo, podemos admitir que un templo maya o hindú o una catedral gótica, sean la expresión de la ideología dominante en las sociedades respectivas que las crearon, ideologías vertidas en formas plásticas cuyos signos convencionales podían ser comprendidos incluso por masas analfabetas. (7) Pero no es válido considerar estas obras como realizaciones del "genio humano" (en abstracto) y atribuirles al mismo tiempo la misión de transmitir ciertos valores. Esto conduce, según la lógica burguesa habitual, a identificar ese "genio humano" con los valores transmitidos, que nunca han sido abstractos ni eternos, sino en todo caso clasistas, sostenidos por las clases dominantes para perpetuar su poder sobre los dominados. Es así como la historia contada por los "expertos en comunicaciones y medios masivos" resulta un escamoteo idealista, de la historia, a la cual suplantamos con una pseudohistoria idílica en la que ese "genio humano" abstracto e inmutable, a través de descubrimientos técnicos sucesivos, se abre paso por el camino del "progreso".

Sin duda, la invención tecnológica ha desempeñado un papel de gran importancia en el desarrollo de estos medios (prensa masiva, fotografía, telégrafo, teléfono, fonógrafo, radio, cine, televisión), pero su uso ha estado siempre subordinado al contexto social en que surgieron, ya que siempre han estado en manos de los que poseían los recursos necesarios para industrializar las intenciones técnicas. Existe, finalmente, una gran diferencia entre los métodos de propaganda de la prensa burguesa del siglo pasado, que apelaban directamente a los prejuicios políticos y religiosos, y los modernos métodos de persuasión o manipulación.

### LAS TÉCNICAS DE PERSUASION

Parece suficientemente establecido que el punto de viraje de la propaganda norteamericana debe fijarse en la década de los treinta, o sea, en la época de Franklin D. Roosevelt. Por lo menos dos importantes corrientes se desarrollaron entonces hasta convertirse en "técnicas" para la persuasión o manipulación, las cuales serían luego utilizadas masivamente y llegarían a fundirse en la práctica.

Por una parte, Elton Mayo y un equipo de profesores de Harvard, tomando como antecedente los trabajos del sociólogo francés Le Play, desarrollaron el enfoque psicológico de los problemas entre obreros y patronos que dio lugar, por una parte, al método de las public relations, por el cual los empresarios creaban una imagen más favorable de sí mismos; y por otra, a la human engineering (ingeniería humana), concebida especialmente para el trato con los obreros. Esta técnica fue denominada crudamente "fabricación de hombres" por Michel Crozier, en un ensayo que es ya clásico. (8).

Con las public relations, los hombres de negocios acudían por primera vez al laboratorio. Su complemento, la "ingeniería humana", se definía a sí misma como comunications, como una "ciencia de las comunicaciones humanas". (9)

(7) En este sentido hemos utilizado el ejemplo del barroco, como expresión de la ideología de la dominación del imperio español, en el trabajo "El barroco americano y la ideología colonialista", en la revista Unión, n. 23, año IX, sept. 1972.

(8) Michel Crozier: La fabricación de hombres, Buenos Aires, 1954. En la actualidad Crozier ha alcanzado la presidencia de la Asociación francesa de sociología, y se dedica a defender el sistema capitalista y a atacar al marxismo, como demuestra su libro The world of the office worker, Chicago, 1971.

(9) En los estudios sobre medios masivos o sobre la "sociedad neocapitalista" veremos frecuentemente una serie de términos tomados de distintas disciplinas (comunicación, ambiente, diseño, información, código, proyecto, modelo) que a veces conforman una verdadera jergona. Pero el empleo de ciertas palabras es raras veces casual y puede tomarnos desprevenidos. Los estudios sobre semántica han proliferado en los Estados Unidos desde la obra de Alfred Korzybski sobre General semantics en 1933 y sus divulgaciones (S.I. Hayakawa, Stuart Chase), y han sido asimilados a las técnicas de manipulación.

Detrás de esta fraseología se oculta un hecho muy simple: la utilización de métodos psicológicos y publicitarios frente a los obreros, con el objeto de impedir la formación de una conciencia de clase o diluir la existente. La "ingeniería humana" parte de la premisa de que el sistema capitalista no debe ser jamás puesto en tela de juicio; toda rebeldía contra él es tratada como una neurosis, y los obreros como "enfermos potenciales" que, dado el caso, tendrían que ser "adaptados" al medio en que viven. El obrero, es siempre considerado como "caso" individual: su existencia como clase es desconocida. La sociología se psicologiza y la human engineering se establece como una forma de "terapéutica", aunque en última instancia se trate simplemente de una mezcla de publicidad, soborno y demagogia.

La otra fuente importante de las nuevas técnicas de persuasión data igualmente de los años treinta, y es la escuela de los "expertos en motivaciones", que alrededor de 1950 impusieron una radical transformación de los métodos de las agencias de publicidad al proporcionarles las nuevas armas de la psicología y el sicoanálisis. Los pioneros reconocidos de este movimiento fueron Ernest Dichter, presidente del Institute for Motivational Research, y Louis Cheskin, director del Color Research Institute of America. (10)

Las agencias publicitarias han utilizado desde entonces los servicios de estas organizaciones, mientras algunas de las más importantes formaban su propio equipo de psicólogos y sociólogos con el fin de conocer las motivaciones ocultas que inducen al público a comprar un producto. La agencia J. Walter Thompson (hoy la mayor del mundo) fue una de las pioneras al contratar al reconocido psicólogo de la escuela behaviourista. (11) John B. Watson con el único objeto de aumentar sus contratos al incrementar las ventas de sus clientes.

A partir de esa época, los científicos sociales norteamericanos participan en actividades que escasamente pudieran considerarse como "científicas". El periodista Vance Packard denunció hace años la participación de varios profesores de ciencias sociales en un seminario de la Universidad de Columbia destinado a decenas de "expertos en relaciones públicas" de Nueva York. En dicho seminario, según revela Packard, se enseñó a estos manipuladores "los tipos de manipulación mental que podían intentar con las mayores posibilidades de éxito". (12) Esta insólita prostitución de los hombres de ciencia por el mundo de los negocios y sus anunciantes de Madison Avenue es un proceso complejo. Pero no deja de ser paradójico que los especialistas en las llamadas "ciencias del hombre" utilicen al hombre como conejillo de indias y reciban un salario —por lo demás considerable— por rastrear sus más recónditas motivaciones con el solo propósito de que sean aprovechadas ventajosamente por los manipuladores de los negocios y de la política.

Para estos expertos manipuladores, nos dice Packard, "somos amantes de las imágenes, dados a actos impulsivos y compulsivos; los aburrimos con nuestros caprichos sin sentido aparente, pero los satisfacemos con nuestra creciente docilidad en nuestras respuestas a su manipulación de símbolos que nos incitan a la

(10) Uno de los primeros trabajos publicados sobre las nuevas técnicas es de Cheskin: "Acercamiento indirecto a las reacciones del mercado", en la Harvard Business Review, 1948.

(11) El "behaviourismo", conductismo o "ciencia del comportamiento", tendencia dominante en las ciencias sociales norteamericanas que equivale al operacionalismo en las ciencias físicas, se basa en un empirismo radical que se limita a la descripción de conductas u operaciones y niega el elemento de contradicción, dialéctico e histórico, suprimiendo así el pensamiento conceptual crítico. Es lo que Marcuse llama "pensamiento unidimensional" del cual hace un análisis que en nuestra opinión constituye el aporte positivo de su libro One-dimensional man.

(12) Vance Packard: The hidden persuaders, Nueva York, 1956. En español se ha publicado con el título Las formas ocultas de la propaganda.

acción". Como para confirmar este aserto, la revista **Advertising Age**, uno de los principales órganos del mundo publicitario, afirmaba: "En muy pocos casos la gente sabe realmente lo que quiere, aun cuando digan saberlo".

## LA PUBLICIDAD Y EL CONSUMO

En 1949, en pleno macartismo, el presidente del **Parlamento Comunista** de los Estados Unidos, William Z. Foster, escribía lo siguiente:

El capitalismo emplea, cada vez más la propaganda de la mentira, en su furiosa lucha contra el socialismo (...). Con tal propósito, echa mano sistemáticamente de su vasta red de prensa, radio, escuelas, iglesias, al par que de otros muchos medios para influir sobre las mentes. Jamás en toda la historia humana, se había hecho una campaña tan amplia y tan bien organizada de mentiras como en la presente lucha ideológica contra el socialismo (**El ocaso del capitalismo mundial, México, 1950**).

Menos de veinticinco años después, la mentira se ha hecho cotidiana y hasta banal, y por tanto mucho más difícil de combatir, gracias a las técnicas publicitarias y a su omnipresencia a través de los **mass media**. La mentira actual ya no depende de la religión, el mesianismo o los **slogans** políticos, aunque se valga a veces de ellos; ya no está situada en un cielo ilusorio ni en una problemática predestinación. Ahora los valores sociales son terrenales, visibles, sólidos y listos para ser consumidos, aunque en el fondo son tan engañosos y míticos como los antiguos. (13) Los tradicionales sueños utópicos parecen haberse materializado hoy en el nuevo universo de objetos y artefactos que anuncia Madison Avenue y relumbra en carteles y vallas, envases de productos, anuncios en colores en las revistas y millones de pantallas de televisión: casi al alcance de la mano. Los valores trascendentales de antes han tomado cuerpo en estos **objetos-valores** de la civilización del confort y el consumo; y la política, el arte, la religión, han ido paulatinamente convirtiéndose también en objetos de consumo. Este hecho no es nuevo, sin embargo, sino en la medida en que ha asumido el carácter de ideología dominante de un sistema que se constituye en universo, totalmente cerrado y manipulado, de tendencias inconfundiblemente **fascistas**.

Ya Marx había observado que en la sociedad capitalista hasta las obras de arte y otros valores espirituales se convertían en mercancías. Al referirse a la circulación de las mercancías, señalaba que "nada se resiste a esta alquimia, ni siquiera los huesos de los santos, y aún menos las cosas sacrosantas más delicadas". (14)

Pero en los propios Estados Unidos, Veblen había observado las peculiaridades de lo que llamó la "**cultura pecuniaria**". Siguiendo a Veblen, Max Lerner dice que "**el espíritu de los negocios** ha guiado la política exterior de Norteamérica, como ha guiado el aparato político, el sistema judicial, la interpretación de la Constitución, la prensa, las iglesias, e incluso al movimiento obrero". (15) En el moderno lenguaje de la publicidad, John G. Schneider, de la firma publicitaria

(13) Al respecto, dice T. W. Adorno: "Esta absorción de la ideología por la realidad no significa, sin embargo, el fin de la ideología". Por el contrario, la cultura industrial avanzada es, en un sentido específico, más ideológica que su predecesora, en tanto que la ideología se encuentra hoy dentro del propio proceso de producción" (Theodor W. Adorno: **Prismas: la crítica de la cultura y de la sociedad**, Barcelona, 1966).

(14) Carlos Marx, **El capital**, t. I, La Habana, 1965.

(15) Thorstein Veblen: **Teoría de la clase ociosa**, México, 1961 (primera edición en inglés en 1899); Max Lerner: **América as a civilization**, Nueva York, 1957. Podemos remontarnos mucho más atrás para encontrar testimonios reveladores de ese "espíritu de los negocios" dominante en la cultura norteamericana. Por ejemplo, en la época de la expansión al oeste de los Apalaches, el escritor y misionero Timothy Flint escribió sobre su predicación en Saint Charles, Missouri, en 1818: "Cuando vine aquí, la religión se miraba como cosa despreciable. ¿Por qué me invitaron a venir aquí? Por especulación. Un clérigo, una

elecciones - publicidad

Kenyon and Eckhardt, dijo desembozadamente en los años cincuenta que al invadir el mundo de la política, los anunciantes habían logrado que "los candidatos se convirtieran en mercancías, mientras las campañas políticas eran trabajos de promoción de ventas, y el electorado constituía el mercado".

La publicidad, verdadera encarnación de ese "espíritu de los negocios" que tradicionalmente ha dominado la vida norteamericana, se tornó en instrumento clave del que se extraen técnicas para la propaganda política e ideológica, y ha logrado invadir el aparato estatal, las campañas electorales, la iglesia, la vida familiar y la conducta cotidiana. Si tenemos en cuenta que casi todos los medios masivos (diarios, revistas, radio, TV) dependen económicamente de los anuncios, podrá apreciarse la magnitud del control que pueden ejercer las agencias publicitarias. El sociólogo Armand Mattelart la considera como "placa giratoria para la creación de necesidades y para la transmisión de pautas de comportamiento y de aspiraciones de consumo". (16)

Como consecuencia directa de la **omnipresencia de la publicidad**, se produce esa convencionalización de la pequeña mentira banal, cotidiana, que crea una especie de complacencia, de aquiescencia, de neutralización de la conciencia crítica. Se ha calculado que cada norteamericano se ve expuesto diariamente a **mil seiscientos mensajes publicitarios**, de manera directa. (17) Los anuncios a cada minuto por los medios masivos, al presentar un producto, le confieren un contenido emocional, según las técnicas que hemos visto: así, al anunciar un jabón no ofrecen limpieza, sino "belleza"; no se venden zapatos, sino "pies hermosos"; el automóvil es símbolo de prestigio, poder, status social; las congeladoras representan "seguridad"; cualquier alimento enlatado promete "vitalidad"; las firmas de cosméticos ofrecen esperanzas y aventuras amorosas; las marcas de cigarrillos y bebidas se identifican con símbolos de "virilidad" o de "refinamiento" (18) Los anuncios evocan igualmente los mitos más arraigados en Norteamérica, ya sean los Padres Fundadores, la religión, la familia o la maternidad. (19).

De esta manera, los métodos indirectos de persuasión, basados generalmente en la **proyección de imágenes**, apelan a motivaciones inconscientes (instintos, frustraciones o anhelos reprimidos del consumidor), estableciendo la **imagen gratificante del producto anunciado**. Uno de los recursos más hábiles y ocultos es el de la **fragmentación de imágenes que deben recomponerse en la mente del público-receptor de manera inconciente**.

Estas técnicas publicitarias —sustentadas en la sociología burguesa, la

iglesia, una escuela, son palabras que dan fuerza a un anuncio de venta de parcelas" (John E. Kirkpatrick: **Timothy Flint, pionero missionary, author, editor**, Cleveland, 1911).

(16) Armand Mattelart: "La dependencia del medio de comunicación de masas", en **Cuadernos de la Realidad Nacional**, Santiago de Chile, 1970, reproducido por Editores ICAIC: América Latina; documentos e información, n. 2-3.

(17) El dato proviene de la revista Time, oct. 12, 1962, citado por Jesús M. Martínez: "Para entender los medios: medios de comunicación y relaciones sociales", en **Cine Cubano**, n. 69-70.

(18) Recuérdese la publicidad en Cuba en los años cincuenta, dirigida por firmas yanquis como la McCann-Erickson, con su énfasis en la sensualidad y su empleo de un lenguaje pseudopopular, reflejados en los slogans del "meneito", el "gusto joven", "una tonga de gusto", "la jacarandosa", y su filosofía de "vivir el momento". También la mentira convencionalizada de los "nuevos ingredientes", como Colgate con gardol, Glem con G-70, el "filtro mágico" o el "filtro 15".

(19) Véase de David Riesman: **The lonely crowd**, Nueva York, 1956, sobre la importancia del glamour en las elecciones presidenciales. Sobre la utilización del mito del cowboy en la campaña presidencial de Lyndon Johnson, véase Manuel Moreno Fraginals: "El papel de los medios informativos", en **El Capital extranjero en América Latina**, Comisión Cubana de la Unesco, 1962. Un ejemplo típico de la utilización de dios y la religión para fines publicitarios es un anuncio de zapatos cuyo texto dice: "Nosotros creamos el zapato del mismo modo que Dios creó su pie", en la revista Newsweek, oct. 9, 1972.

psicología y psicoanálisis

1955  
sicología social y el psicoanálisis— son el vehículo de esa forma de ideología que el sociólogo Jules Henry, siguiendo a Veblen y Max Lerner, denomina 'filosofía pecuniaria', y que hoy pudiéramos llamar **filosofía de consumo**. (20) En 1955, año clave de la explosión publicitaria, las agencias recibieron, sólo en los Estados Unidos, nueve billones de dólares de las firmas industriales, y los ingresos han seguido en aumento. Se habló de "revolución de los estudios de mercado" (**marketing**), y el presidente de la National Sales Executives Association anunciaba dramáticamente: "¡El capitalismo ha muerto! ¡El consumo es rey!" La semántica seguía como sustituto de la revolución social. Nacía la "sociedad de consumo" basada en la creación artificial de necesidades y lujos para engendrar un consumo superfluo y creciente. El ahorro, tradicional virtud burguesa, era abandonado definitivamente como valor social. Según el más avezado teórico del "neocapitalismo", John K. Galbraith, "el individuo sirve al sistema industrial no porque le suministre ahorro y capital resultante; le sirve porque consume sus productos (...) Esto, a su vez, afecta inevitablemente a los valores sociales. El nivel de vida de una familia se convierte en índice o criterio de su éxito (...); el nivel de consumo es el criterio adecuado del mérito social". (21)

El instrumento básico para crear o estimular necesidades superfluas y aumentar el consumo, la publicidad, ha llegado al extremo que ejemplifican dos anuncios publicados en el **New York Times**: en uno de ellos, el texto decía simplemente "**¡Compre algo!**" el otro, a plana entera, traía el siguiente mensaje: "**¡Cread más deseos!**" (22) No es de extrañar que Jules Henry diga que en los Estados Unidos "no la religión, sino el elevado nivel de vida, es el opio del pueblo". Manipulando sentimientos básicos como la frustración y la esperanza, la publicidad crea una sistemática insatisfacción con lo anticuado o pasado de moda. Y el lapso de vida de una moda va contrayéndose: un modelo de auto del año pasado es ya "viejo" y, aún más, es símbolo de inestabilidad económica y social; la industria del disco ofrece el caso extremo en que una canción "pasa de moda" en quince días. Galbraith nos ofrece una interesante visión del fenómeno: "En una cultura que da gran valor al cambio tecnológico habrá una presunción natural de que todo producto "nuevo" es intrínsecamente mejor que los viejos (...) Esto explica la reiterada presencia en casi toda la publicidad del adjetivo "nuevo"".

Galbraith, ex embajador de la India y exasesor económico de John F. Kennedy, ha descrito las relaciones entre publicidad y consumo con una franqueza que raya en el cinismo:

La publicidad y la organización de las ventas — sea, la manipulación de la demanda del consumidor— son vitales para la planificación en el sistema industrial. Al mismo tiempo, los deseos así producidos aseguran los servicios del trabajador. La solución ideal consiste en hacer que sus deseos estén ligeramente por encima de sus ingresos. Por tanto, se le suministran las motivaciones suficientes para que se endeude. La presión de la deuda resultante le hace todavía más de fiar como obrero (**El nuevo estado industrial**).

(20) Jules Henry: *La cultura contra el hombre*, México, 1967, p. 424.

(21) John K. Galbraith: *El nuevo estado industrial*, Barcelona, 1967.

(22) El primer ejemplo lo tomamos de Vance Packard (Op. cit.); el segundo, del libro también citado de Jules Henry. Este último hace el brillante comentario siguiente: "Así como la impulsión tecnológica socava la tierra y le quita sus riquezas (...) la publicidad draga las necesidades ocultas del hombre" (cap. 2, "Los Estados Unidos contemporáneos"). En esencia, Henry llega a la misma conclusión, partiendo de los hechos actuales, a que llegó Carlos Marx en el siglo pasado afirmó: "La producción capitalista sólo sabe desarrollar la técnica y la combinación del proceso social de producción sodavando al mismo tiempo las dos fuentes originales de toda riqueza: la tierra y el hombre" (*El capital*, t. 1, La Habana, 1965).

Esta concepción de la publicidad como arma totalitaria para el control de los deseos de los explotados es lo que el profesor Philip J. Allen, de la Universidad de Virginia, calificó de **Gran Proyecto** norteamericano, consistente en "crear metas colectivas a través de la manipulación, utilizando los medios masivos". (23) Como es de suponer, la publicidad, al rebasar su propio campo, y pasar de estrategia de ventas de productos industriales a estrategia de la dominación, invade las campañas electorales, la política exterior, y en particular trazaba nuevos lineamientos en la campaña mundial contra los países socialistas y los movimientos de liberación, y por la penetración ideológica y cultural a nivel de "estrategia global". La prensa imperialista y los demás medios masivos son los ejecutores idóneos de esta gigantesca operación de diversionismo ideológico. (24)

## LAS IMAGENES DE LA PRENSA IMPERIALISTA

Como padre histórico de los medios masivos, la prensa escrita es probablemente el más prestigioso de ellos. Según admite Bernard Berelson, director de la División de ciencias del comportamiento de la Fundación Ford, la prensa diaria ofrece una serie de ventajas, como son: a) la comodidad de una lectura breve que permite, o produce, la ilusión de "estar informado", o "al día" sobre la actualidad mundial; b) la creación de un hábito de lectura que llega a hacerse compulsivo; c) el reformamiento del sentimiento de seguridad del lector al darle opiniones "autorizadas" para evaluar un suceso o situación; d) la ilusión de que transfiere al lector ciertos valores de "prestigio".

Otro efecto de la prensa escrita (y que refuerzan los otros medios) es el de saturación del público receptor. Después de cierto límite, se produce un **bloqueo de la memoria** y una neutralización del juicio crítico. Solamente la edición dominical del **New York Times** satura al lector de tanta información banal que se diluye el efecto de las informaciones sobre la guerra genocida contra Indochina, por ejemplo. Un recurso opuesto es el bombardeo sistemático de informaciones amañadas sobre un tema, para crear un "estado de opinión". (25) El método de proyección de imágenes es aplicado aquí a la presunta misión de informar. Los procedimientos son múltiples: fragmentación de imágenes, analogías, contracciones, empleo de neologismos, sinécdoques, metáforas, uso de adjetivos (o verbos y adverbios) peyorativos, y otros recursos estilísticos, lingüísticos y hasta fonéticos. Las imágenes son diseñadas para su captación inconciente.

Algunos ejemplos conocidos lo ofrecen las metáforas como "hombre-fuerte" para designar a dictadores rapaces, o como la expresión "padre de los cohetes teledrígidos" para referirse a Von Braun, con la cual identifican un valor socialmente respetado como la paternidad con el nazismo o la destrucción nuclear.

(23) Otro manipulador experto de human engineering, Edward L. Bernays, recomendaba: "La gente debe ser controlada mediante la manipulación de sus instintos y emociones, más que tratando de cambiar sus razonamientos" (*The engineering of consent*, Univ. of Oklahoma Press, 1955).

(24) Galbraith ha señalado concretamente el papel de la publicidad como promotora del aumento global del consumo y propagandista de las bondades del sistema, con lo cual ya está haciendo política. Además, la publicidad produce las "imágenes del estado" que según el propio Galbraith, deben ser aceptadas como si fueran la realidad (Op. cit.). Sobre la ofensiva ideológica de los Estados Unidos en América Latina, véase nuestro trabajo "La ofensiva ideológica del imperialismo", en *Tricontinental*, n. 34, 1973.

(25) Cuba ha sido objeto de dos gigantescas campañas de prensa yartqui: la desatada por el imperio periodístico de Hearst a favor de la intervención durante nuestra guerra de independencia, y la furiosa y difamatoria ofensiva iniciada a raíz del triunfo de nuestra Revolución en 1959. Sobre la primera, véase Claude Julien (Op. cit.) y L. Vladimirov. La diplomacia de los Estados Unidos durante la guerra hispano-americana, Moscú, 1958, p. 42-3. Sobre la segunda, véase la citada conferencia de M. Moreno Fraginals.

Otro caso típico lo ofrece la adjudicación dada al ex canciller y ex ministro de Finanzas de Alemania Occidental, Ludwig Erhard, de autor del "milagro económico alemán", con lo cual le conferían una especie de "santidad pragmática".

La Segunda guerra mundial proporcionó abundante material analógico, aunque contradictorio, pues al terminar la contienda el propósito yanqui era reivindicar a los militaristas nazis y japoneses y transferir la imagen del "enemigo agresor" a la Unión Soviética. La campaña antisoviética se basó tanto en fragmentos artículos sensacionalistas como en frases clisés, verdaderos "comprimidos ideológicos", como el famoso "cortina de hierro" o el "bloqueo ruso" de naciones, presentados como archienemigos del supuesto "mundo libre". Se creó un mundo maniqueo en que la política internacional quedaba reducida a una lucha entre "Oriente" y "Occidente". Deliberadamente, la prensa yanqui se abstuvo de traducir términos rusos como **politburó**, **komintern**, **koljós**, para convertirlos en palabras-fetiches de contenido negativo, con las connotaciones de **extranjero**, **enigmático** y **peligroso**. Este recurso les valió luego para aplicar arbitrariamente los mismos términos a fenómenos revolucionarios de otros países, y provocar una reacción negativa inconciente por analogía.

Mientras se reivindicaba a los antiguos fascistas, que por arte de magia se convertían en "aliados democráticos", la imagen negativa del nazismo se ha seguido usando. Un ejemplo revelador lo constituye la versión yanqui del conflicto indo-paquistaní que culminó en la independencia de Bangla Desh. (26) La analogía con el nazismo había sido ya utilizada en la campaña antinasserista, basándose en un artificial paralelo entre el genocidio hitleriano contra el pueblo judío y el enfrentamiento de Nasser a un Estado israelí reaccionario y expansionista, patrocinado por el propio imperialismo norteamericano.

Cuando, durante la presidencia del general de Gaulle, Francia mostró una tendencia centrífuga dentro de la OTAN, a la vez que firmaba varios pactos bilaterales con el gobierno de Adenauer, la prensa norteamericana utilizó la fórmula "eje Bonn-París", que se asociaba inmediatamente al eje Berlín-Roma-Tokio, de tan poco grata recordación. Durante la Segunda guerra mundial, emplearon el despectivo **japs** para referirse a los japoneses. Luego, durante la guerra fría y la de Corea, el epíteto **reds** (rojos) fue probablemente preferido a cualquier otro por su asociación fonética con **japs**. Igualmente, el término **vietcong**, concebido como peyorativo, se asocia fonéticamente a **Congo** y por tanto a **negro**, connotación negativa en un país eminentemente racista. El mito del "peligro amarillo" fue igualmente explotado a partir de un contexto racista. Para Cuba inventaron la típica contracción gramatical "castrocomunismo", que luego explotaron con referencia a otros países, en los que siempre veían "motines procastristas", "guerrillas castrocomunistas" o "regímenes procastro".

Como el peor enemigo del capitalismo radica en la fuerza de las masas explotadas, el repertorio al efecto de frases y palabras estereotipo de la prensa imperialista es muy amplio. La primera regla que parecen seguir es que las masas explotadas **nunca se componen de seres humanos**. De ahí las analogías con características y actitudes animales o subhumanas. Un ejemplo típico lo tenemos en las "hordas comunistas" u "hordas de chinos" con que intentaban justifi-

ficar sus derrotas en Corea. Cualquier manifestación revolucionaria se convierte en motín en el que "turbas frenéticas" o "enloquecidas" danzan, chillan o asaltan establecimientos de bebidas alcohólicas. La idea es identificar **revolución con orgía**, y por lo general se trata de "turbas dirigidas por comunistas".

El repertorio de imágenes antiproletarias a veces coincide con el de imágenes colonialistas, aunque las raíces históricas de ambos repertorios sean distintas. (27) La imagen del colonizado como ser inferior y bestial, que data de los propios días de la conquista de América, tiene una larga tradición y está profundamente arraigada en los países colonialistas, e incluso en los colonizados. A esa imagen siguen contribuyendo la prensa imperialista, el cine, la televisión, los anuncios publicitarios... y también gran parte de la etnología y la antropología de Europa y Norteamérica. El más antiguo mito colonialista, el de la antropofagia o canibalismo, fue utilizado hace más de cuatrocientos años para justificar el exterminio de los indios antillanos, y hace menos de diez para justificar la masacre de congolese en Stanleyville. La publicidad ha creado estereotipos tan famosos como el mexicano durmiendo la siesta bajo su inmenso sombrero. El cine ha elaborado un amplio repertorio colonialista, desde Tarzán y Gunga Din hasta el moderno y más sutil "neocolonialismo" apreciable en películas como **La guerra de Murphy** o **El caballero de Cocody**, por sólo citar dos.

Un uso frecuente de los estereotipos colonialistas los encontramos en las revistas ilustradas de gran tirada, como **Time**, **Newsweek** y sobre todo **Life** y **Paris Match**, cuyo contenido reaccionario es presentado de manera más burda y agresiva. La preponderancia de imágenes visuales (reportajes gráficos, anuncios en color) hace de estas dos revistas vehículos idóneos para la glorificación del sistema capitalista y la calumnia —bajo la apariencia de la "objetividad gráfica"— contra el socialismo y los países del llamado Tercer Mundo. Un análisis pormenorizado del contenido ideológico "oculto" de estas revistas —lo cual rebasa los objetivos de este trabajo— resultaría sin duda muy útil. (28)

## NUEVA TEORÍA PARA UNA VIEJA PRACTICA

Bajo el impacto indudable de la **teoría de la información** de Shannon, se ha formado una "ciencia de las comunicaciones" que cuenta ya con una copiosa bibliografía en Europa y los Estados Unidos. Ha surgido así una nueva pléyade de "expertos" que se proponen explicar, ordenar y teorizar los distintos procesos de la comunicación como un todo. Los aspectos sociológicos, psicológicos y operativos de los **mass media** se reúnen así en un **corpus** teórico que, en última instancia, sólo viene a confirmar lo que las viejas prácticas manipuladoras habían

(27) Las imágenes antiproletarias de la prensa burguesa tienen como antecedente principalísimo la campaña destinada contra la Comuna de París; al respecto, véase el libro de Paul Lidsky *Les écrivains contre la Commune, Paris, 1970*. Sobre las imágenes colonialistas y el mito de la antropofagia, véase el ensayo de Roberto Fernández Retamar "Calibán", en *Casa de las Américas*, n. 68, sep.-oct. 1971.

(28) La revista *Paris Match* ofrece un ejemplo excepcional. De Gaulle visitaba Cambodia mientras los yanquis bombardeaban Hanoi. En la portada hay un texto que dice: "En las fronteras de la guerra, de Gaulle habla de paz" y la imagen fotográfica destaca a un de Gaulle gigantesco que avanza marcialmente entre dos filas de jóvenes camboyanas inclinadas a su paso. Las camboyanas vistén sayas rojas. El mensaje oculto podría decodificarse así: "El Oriente rojo se inclina ante la misión de paz de Francia". Pero la paz francesa está representada por un general, de completo uniforme. En la contraportada hay un nuevo libro: la biografía de Adolf Hitler, supuesta versión "verdadera" e "inédita" de los conflictos emocionales que forjaron su personalidad. Atribuir la criminalidad del fascismo a una juvenil frustración amorosa es el propósito evidente del libro. El mensaje oculto es otro. En la parte inferior izquierda hay un cupón para recortar y enviar (el libro será remitido gratis). El texto dice: "Este cupón es BUENO para adquirir..." Bueno (BON) está en letras grandes. La imagen resultante es HITLER BON. El producto que están anunciando descaradamente es el fascismo.

(26) Un cable de la AP ejemplifica los procedimientos a que nos referimos. En el lead se habla de una evacuación de tropas paquistaníes copadas por el ejército de la India como de "la mayor evacuación militar desde la del ejército inglés en Dunkerque durante la Segunda guerra mundial". Siguen dos párrafos descriptivos de la operación, y en el último se explica qué fue lo que sucedió en Dunkerque y quienes obligaron a los ingleses a evacuar. El paralelo es evidente: los paquistaníes se identifican con los ingleses (buenos) y los hindúes son los alemanes (malos).

# fuera productiva

establecido previamente.

Se han hecho investigaciones de los distintos medios masivos por separado y estudios comparativos de los mismos. Pero como admite Joseph Klapper, uno de estos expertos, el estudio comparativo nunca produce conclusiones exactas, ya que el ciudadano se encuentra sometido simultáneamente a todos ellos e influido por lo que denominan "efecto acumulativo". Klapper, especialista en las técnicas de "persuasión colectiva", es miembro del personal de investigación y evaluación de la USIS, conocida en todo el mundo por sus actividades de propaganda, penetración y espionaje.

Algunas conclusiones a las que llega Klapper son interesantes: 1) reconocimiento de la resistencia del público a cambiar ideas establecidas, lo cual favorece a la propaganda en favor del mantenimiento del **status quo**; 2) carácter irracional de las motivaciones y actitudes en una mayoría de individuos; 3) superioridad de la propaganda **monopolista**, o sea, que no tiene que enfrentarse a una contrapropaganda que pueda atenuar o anular sus efectos; 4) carácter monopolista de la propaganda de los medios norteamericanos, y subordinación de estos a las agencias publicitarias y empresas industriales; 5) efecto de reforzamiento del sistema capitalista, basado en el lucro, gracias al control ejercido por la publicidad sobre la prensa, radio, televisión, etc.; 6) **refuerzo** ulterior del sistema mediante el alto contenido de **distracción** o **entretenimiento** de los medios; 7) importancia de la técnica de "canalización" para hacer aceptable un valor o producto que se aparte de lo sólidamente establecido. Es decir, que se evitará el choque directo con actitudes establecidas, "canalizando" la nueva tendencia dentro de los viejos moldes; 8) empleo del método de "repetición con variaciones", más efectivo que el de la simple repetición obsesiva preconizado por Goebbels; 9) carácter de "recompensa" de los mensajes de los medios masivos, sobre todo en las formas de: a) identificación y conformidad con el sistema, y b) liberación de las tensiones mediante el "entretenimiento"; 10) prestigio de los medios en sí mismos, y capacidad de estos para otorgar prestigio y autoridad a los mensajes que emiten o a las personas que a través de ellos los transmiten.

Este último aspecto de los medios masivos pone en evidencia su carácter de **mito** o **fetiché** de la sociedad burguesa actual. Armand Mattelart ha señalado al respecto:

A toda mitología económica y jurídica —desentrañada por Marx— que permite a la clase dominante controlar los medios de existencia del pueblo, ha venido a sumarse otra con el desarrollo de lo que podría considerarse como una nueva **fuerza productiva**: el medio de comunicación de masas. Dichas nuevas fuerzas son el poder tecnológico de manipulación y adoctrinamiento. Controlarlo significa controlar las conciencias a través de la legitimación cotidiana y masiva de las bases del poder de una clase. (30)

A las mismas conclusiones a que llegaba Klapper llegan otros expertos como Paul K. Lazarsfeld y Rober Merton, según los cuales "los medios de comunicación de masas otorgan prestigio y aumentan la autoridad de individuos y de grupos **legitimando su status**". Además, reconocen la **disfunción narcotizadora** de los medios masivos y su función de **engendrador de conformismo** mediante "la presencia típica, en la prosa de las revistas, los programas radiofónicos y las

- (29) Claude Shannon y Warren Weaver: *The mathematical theory of communication*, Univ. of Illinois Press, 1949. Véase también el Abraham Moles: "La ciencia de las comunicaciones", en *Era atómica*, Enciclopedia de las ciencias modernas, v. 7, Barcelona, 1965. Del mismo autor puede consultarse su "Teoría informacional de la percepción", en el *concepto de percepción en la ciencia contemporánea*, México, 1966.
- (30) Armand Mattelart: "Por un medio de comunicación de masas no mitológico", en *Referencias*, Universidad de La Habana, v. 3, n. 1.

# engendrador de conformismo

secciones de los diarios, de algún elemento de confirmación y aprobación de la estructura actual de la sociedad; y esta continua reafirmación subraya el deber de aceptarla"; la coincidencia se repite en Wilbur Schramm, para quien "el primer requisito de un mensaje efectivo (...), como todo publicitario sabe, es que se relacione con una de las necesidades de nuestra personalidad: la necesidad de seguridad, o **status**... etc.". (31) Es decir, que según admite el propio Schramm, los "expertos en comunicaciones" no han hecho otra cosa que avalar con una novedosa jerga científica o seudocientífica los métodos de manipulación que ya conocían y practicaban los publicitarios hace treinta años. Las funciones de toda esta teoría de las comunicaciones masivas se hacen entonces transparentes: por una parte, se trata de proporcionar un aval teórico y metodológico a los manipuladores del **establishment**; por otra, estos estudios tienen "el efecto de diluir la inquietud provocada por la conciencia del poder manipulador de los medios, integrándolos al panorama de las realidades sociales y tecnológicas de la era moderna, con las cuales sólo cabe aprender a convivir", según precisas palabras de Jesús M. Martínez. (32)

Siguiendo los patrones establecidos por la sociología norteamericana, los estudios sobre **mass media** reflejan las mismas constantes trazadas por aquella: escamoteo de los conceptos de clase, psicologización de los fenómenos sociales, énfasis en el individuo aislado, la familia y el grupo pequeño. Al viejo mito burgués de la "opinión pública" lo sustituye el nuevo mito de los "medios masivos" y la "cultura de masas". El criterio cuantitativo del "nivel de ingresos" suplanta al concepto de clases en la sociología yanqui (33), y el proletario y el burgués de carne y hueso fueron enmascarados tras el omnipresente y mítico "hombre medio". En la moderna "sociedad de consumo" este **hombre medio** se convierte en el **consumidor pasivo ideal**; el sistema proyecta la imagen de este **hombre medio ideal** y lo eleva a la categoría de modelo cuyos patrones conformistas de comportamiento social son aprobados y estimulados. Con ellos desatan un proceso de **homogenización** del público-receptor, que a su vez trae implícito el **eclecticismo de los medios masivos**. Es así como un diario de gran tirada, un filme cinematográfico o una programación radiofónica o televisiva contienen un poco de todo, convirtiéndose cada uno de estos medios, de acuerdo con la ideología pecuniaria del sistema, en una especie de **supermarket** de productos ideológicos: allí se encuentran la violencia, el erotismo, la aventura, el chiste, la música, la ciencia, el deporte, todo rebajado al nivel de productos de consumo al por mayor y de rápido desgaste, a un nivel **turístico**. Los medios masivos convierten a los receptores en turistas que no tienen la necesidad de desplazarse físicamente.

Pero el proceso de homogenización no puede considerarse aisladamente del procedimiento inverso y simétrico: el de **especialización o fragmentación en géneros**, destinados a grupos con intereses o aficiones particulares, y que contribuyen aún más a que el receptor pierda de vista el origen clasista de la sociedad y sus medios difusores y "accepte sus mensajes como provenientes de un orden

- (31) Paul F. Lazarsfeld y Robert K. Merton: "Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada", en *Referencias*, cit.; Wilbert Schramm "Proceso de comunicación", en *referencias*, cit.; Joseph Klapper, *The effects of mass media*, Nueva York 1949; Paul K. Lazarsfeld y Patricia Kendall; *Radio listening in America*, Nueva York, 1948; Lazarsfeld y Bernard Berelson: *The people's choice*, Nueva York, 1945.
- (32) Jesús M. Martínez: "Para entender los medios: medios de comunicación y relaciones sociales", en *Cine cubano*, n. 69-70.
- (33) Véase de Lloyd Warner: *Social class in America*, Chicago, 1948, donde se consideran nada menos que seis clases diferenciadas, siguiendo el criterio dominante en la sociología norteamericana: el nivel de ingresos.

ⓐ homogenización y ⓑ fragmentación 31

natural", para usar las palabras de Armand Mattelart. (34)

### EL "NUEVO MUNDO" ELECTRONICO Y LA "CULTURA DE MASAS"

El conjunto de los **mass media imperialistas** reúne las funciones publicitarias con las de información, entretenimiento y cultura, aunque quizá deba hablarse deseudocultura, sobre todo al referirnos a ese producto típico de los medios que es la "cultura de masas", "industria cultural" o "cultura pop". Algunos medios son más "masivos" que otros, algunos son más "cultos". Por ejemplo, los **paperbacks**, ediciones baratas y masivas de libros clásicos, no son objetadas, así como las grabaciones en discos de buena música, o la transmisión por televisión de una obra de Shakespeare o Calderón. Otra cosa son los **digests** y las adaptaciones, que condensan una obra para hacer su lectura más breve, según los supuestos imperativos de nuestra 'era de la velocidad', o la deforman con el pretexto de hacerla más accesible al "público de nivel medio".

Con la aparición de las agencias de prensa telegráficas de alcance internacional, la prensa capitalista dio el paso técnico que la hacía definitivamente imperialista. Pero fueron el cine y la radio los que dieron el paso decisivo: el cine, porque ofrecía un modo visual de entretenimiento más propicio a una recepción puramente pasiva y emocional de pautas culturales a través de imágenes no discursivas. Basado en el principio empírico de que **el ojo cree en lo que ve**, el cine era el vehículo idóneo para difundir los estereotipos que hoy invaden toda la cultura "masiva", en particular el sistema de **ídolos** o **estrellas**, que sirve para reforzar el individualismo y el culto al éxito personal, y borrar el esquema de clases.

La **radio** demostró su eficacia política en las campañas de Franklyn D. Roosevelt, y amplió notablemente la capacidad de difusión de estereotipos culturales, con la ventaja sobre el cine de que "entra en todas partes sin pedir permiso". Tomando elementos de la prensa (noticieros, editoriales), la radio también adaptó géneros literarios como el drama y la comedia, y sobre todo la novela folletinesca por entregas, que convirtió en las famosas **soap operas**, novelas rosa dirigidas a un público particular —las amas de casa— y patrocinadas invariablemente por las compañías jaboneras, de donde les viene el nombre. (35).

Uno de los hechos más trascendentales provocados por la radio, junto con la industria disquera, fue la **comercialización en gran escala de la música**. La importancia de la interrelación música-radio viene dada por el hecho de que la música cubre un cincuenta o un sesenta por ciento de todas las programaciones radiales. (36) Hay que distinguir aquí dos corrientes: a) la de la llamada **música**

(34) Armand Mattelart: "Por un medio de comunicación de masas no mitológica", cit. Una lista de trabajos dedicados a géneros específicos resultaría interminable, pero vale la pena mencionar los de Umberto Eco sobre los **comics**, así como el de Michele Mattelart "Nivel mítico de la no-prensa pseudoamorosa", en **Referencias**, cit., sobre la novela rosa por entregas. Sobre las revistas de ídolos hay importantes contribuciones de Armand Mattelart, así como sobre el género deportivo y los deportes en general utilizados con fines reaccionarios. En efecto, el deporte es utilizado por la burguesía de las siguientes formas: a) como ocio, entretenimiento y estimulación del fanatismo deportivo, para enmascarar las luchas de clase; b) como competencia de fuerzas y habilidades que borra el esquema de clases y la distinción entre ideologías; c) como culto al cuerpo, que refuerza la concepción del cuerpo como objeto dada por otro género, el pornográfico, y d) como culto a la fuerza física, que se conjuga con "valores" como la represión y la tortura, en países como el Brasil.

(35) Vale la pena recordar una anécdota del mundo publicitario cubano durante la república neocolonial un grupo de aristócratas intelectuales pretendió influir sobre el magnate jabonero Ramón Crusellas para mejorar la calidad de las novelas radiales que éste patrocinaba. La respuesta del empresario fue: "Mis programas son para lavanderas".

(36) La cifra es válida en general para todos los países con regularidad estadística al respecto. El dato lo tomamos de Alphonse Silbermann: **La música, la radio y el oyente**, Buenos Aires, 1957.

**funcional**, creada por la radio (y en menor escala por el cine), a partir de la "música de fondo" (**background music**), y que ha sido explotada luego por el disco hasta el extremo de vender música para trabajar, dormir, comer, levantarse, bañarse, conversar, etc. (un ejemplo típico es la **cocktail music**, que se ha convertido en un verdadero género fundamental en el "modo de vida norteamericano"); y b) la **música pop**, que sigue la línea del camino más fácil para conformar un "gusto medio" y fomenta los patrones del sistema de ídolos de Hollywood, en el que se basan las revistas especializadas de cine y de **música pop**, que en realidad son simplemente "revistas de ídolos". La importancia de la música como catalizador de la "cultura pop" en los años sesenta ha sido decisiva. (37).

Sin duda, la radio tiene varias ventajas sobre el cine a los efectos de la manipulación masiva. La primera es que se dirige a **individuos aislados** o a pequeños grupos como la familia. En los espectáculos tradicionales como el teatro y el concierto, el público podía intercambiar opiniones en los **entre actos**, lo cual favorecía la **actitud crítica**. El cine ya había logrado quebrar estos patrones, primero al constituirse en empresas gigantes que controlaban el aparato técnico y el de distribución y exhibición, luego mediante el aislamiento de los espectadores en la oscuridad de la sala y la eliminación de los intermedios. Pero aun se trataba de un público reunido en una unidad de lugar, y sus conocidas las protestas y motines que han provocado algunas películas. La radio —y la televisión— ofrece, en cambio una **falsa opinión**, que permite pasar de un canal a otro, suprimiendo en el oyente por ley del menor esfuerzo, el germen de crítica al programa deseñado. La radio es también un vehículo superior de la publicidad, lo que le ha permitido —por razones económicas, y luego técnicas— una gran ventaja: su **ubicuidad** y su **corporización** en un objeto de consumo relativamente barato.

Mientras el cine continúa siendo un espectáculo público, a pesar de que la oscuridad y las "tandas corridas" lo hayan hecho "semiprivado", la radio entra en el hogar o acompaña al receptor a cualquier parte bajo la forma de un objeto de su propiedad cada vez más pequeño gracias al transistor. Es, además, un objeto que habla, que convierte a su portador en un oyente perpetuo. La **filosofía del consumo se funde así con la de los medios masivos y se corporiza en un objeto fetiche**, que, revestido de las últimas líneas del diseño, es presentado y vendido como el producto acabado de un sistema, y que a su vez habla constantemente en defensa de los valores de ese sistema. Como era de esperar, la culminación de los **mass media** es la televisión, que sintetiza las principales bondades del cine y la radio (sonido, imagen, color, palabra, música). El televisor corporiza un nuevo centro mágico, ritual, de la casa. Como señala Günther Anders, "la familia se ha reestructurado como público en miniatura, y el hogar en un teatro en miniatura modelado a imagen del cine". Esto sucede porque "al productor en masa no le interesa que este consumo sea 'una experiencia comunal genuina' (...) Lo que necesita no es una masa compacta como tal, sino una masa dividida o atomizada en el mayor número posible de consumidores". (38)

(37) Prescindimos aquí de un análisis detallado del principalísimo papel de la música en la cultura pop, al que dedicaremos un trabajo próximo.

(38) Günther Anders: "El mundo ilusorio de la televisión", en **Referencias**, cit.

2da. Parte: **Recursos ideológicos de la TV - La tecnología y el fin de las ideologías - Las subideologías tecnocráticas (Buckminster Fuller, Marcuse, McLuhan) - En torno a la "cultura de masas" (Umberto Eco, G. Dorflès) - En el próximo número**

SERGIO KERN

Tres poemas

CeDInCI  
Y ASI CRECIERON MILES DE COSAS

*El perro Méndez se levantó a la mañana,  
tomó una regadera,  
la llenó de lágrimas,  
comenzó a regar el mundo,  
y así crecieron miles de cosas.*

SENTADO SOBRE LA MESA DE UN BAR

*Ayer llovía,  
llovía sangre por los cuatro costados del bar,  
y yo,  
sentado en una mesa,  
con un pie dentro del pocillo de café,  
soñaba conque todas las chicas de Rosario eran mi chica.*

*Pedi una milanesa.*

*Una milanesa triste me trajeron,  
mi milanesa lloraba el desconsuelo  
de no haber visto nevar nunca,  
"La nieve es algo limpio, puro,  
en cambio,  
la lluvia de sangre,  
me pone triste"*

*"Cómo no te vas a poner triste, le dije,  
si todos sabemos que la lluvia que cae,  
cae llena de mensajes,  
desde los helicópteros policiales,  
que arrojan los restos de los últimos torturados del día"*

*Y nos quedamos los dos tristes,  
ella por no poder ver la nieve,  
yo,  
porque en Rosario ya no quedaban chicas, ni muchachos,  
pues todos,  
cansados de mancharse la ropa con la persistente lluvia,  
habían partido hacia la luna.*

**EL PERRO MENDEZ NO DUERME**

*Apoyado en la libreta del almacén  
el perro Méndez no duerme.*

*Nadie,*

*salvo José María Gatica*

*nadie,*

*absolutamente nadie,*

*sabe en qué está pensando el perro Méndez.*

FANNY MOYÁ

Tres poemas

**UNO**

*Lo clavó muy despacio*

*despacio lo clavó*

*hasta la vaina,*

*así clavado el cuchillo*

*en tierra,*

*asesinó parcela,*

*muerta la parcela,*

*sus deudos: los campesinos,*

*se vistieron*

*de luto verde.*



*Insoportable marta*

*recogía dalias*  
*del sendero lleno de mar,*  
*recogía dalias de sendero,*  
*insoportable marta*  
*llena de senderos*  
*de mar de dalias,*  
*con mar de dalias*  
*recogidas por su mano solitaria,*  
*huía del rayo de sol hacia la noche*  
*ya sin dalias en su mano*  
*insoportablemente solitaria,*  
*y en sus pies la parada quietá.*

*Con pescado muerto*

*al horno*  
*se sintió*  
*a gusto*  
*de tanto olor,*  
*sin hambre,*  
*de tanto olor sin hambre,*  
*con pescado*  
*muerto al horno,*  
*se sintió a gusto.*

# CHILE



*Un hipo negro  
de generales, una ola  
de sotanas rabiosas  
rompió entre tus rodillas  
sus cenagales aguas, sus ríos de gargajo.*

*Patria surcada, juro que en tus cenizas  
nacerás como flor de agua perpetua,  
juro que de tu boca de sed saldrán al aire  
los pétalos del pan, la derramada  
espiga inaugurada.*

*Ya no es posible, a veces  
ganar sino cayendo.*

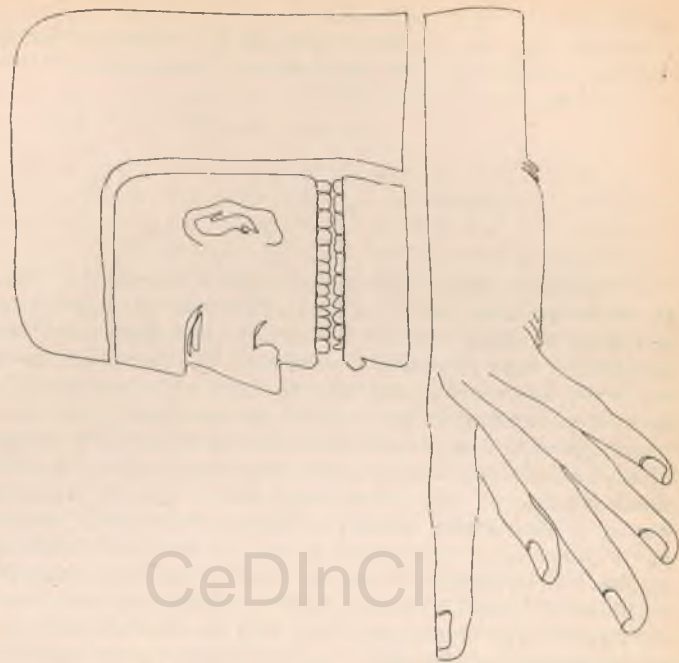
*“Es verdad que hemos tenido un triunfo popular extraordinario, es verdad que el presidente Allende y el gobierno de la Unidad Popular han encabezado de una manera valiente un proceso victorioso, vital, de transformación de nuestra patria. Es verdad que hemos herido de muerte a los monopolios extranjeros, que por primera vez, fuera de la nacionalización de petróleo de México y de las nacionalizaciones cubanas, se ha golpeado en la parte más sensible a los grandes señores del imperia-  
lismo que se creían dueños de Chile y se creen dueños del mundo. Es verdad que podemos decir, con orgullo, que el presidente Allende es un hombre que ha cumplido con su programa, es un hombre que no ha traicionado en lo más mínimo las promesas hechas ante el pueblo, que ha tomado en serio su papel de gobernante popular. Pero también es verdad que estamos amenazados. Y quiero que esto lo sepan y lo recuerden mis amigos, mis compañeros, mis colegas de toda América Latina, pero en especial de Argentina, que conocen este caso porque han visto muchas veces en su historia regímenes de implacable dureza que han sido instaurados en contra de la voluntad y los derechos del pueblo argentino. Por eso yo llamo a una solidaridad que se debe manifestar en una forma militante, en una forma ardiente, en forma fraternal”.*

PABLO NERUDA



*“Frente a las profundas transformaciones que están siendo llevadas a cabo por el Gobierno Popular, los poderosos intereses económicos capitalistas afectados no han cesado en su propósito de preservar su dominio y detener la acción revolucionaria de los trabajadores. Las grandes empresas del imperia-  
lismo, cuyas pertenencias en Chile hemos recuperado para la patria, han ensayado, están buscando y continuarán intentando minar las bases de nuestro Gobierno por diferentes medios, incluida la provocación de una crisis económica y sin importarles el derramamiento de sangre de nuestros compatriotas. Esto hasta hoy, demostrado plenamente y comprobado con documentos para escándalo del mundo entero”.*

**SALVADOR ALLENDE**



CeDInCl

**ROGELIO RAMOS SIGNES**

**the eggmen again**



*No existirá un arte nacional mientras no sepamos  
pintar un paisaje noruego con un inconfundible sabor  
a carbonada.*

*(Oliverio Girondo)*

## I

Solíamos llegar temprano; acomodábamos las mesas a nuestro gusto, los bancos, metíamos un clavo donde nos parecía bien, corríamos la tarima, improvisábamos. Los diarios nos dedicaban varias columnas, semanales, toda la ciudad nos conocía por fotos, es casi seguro que en los bares del centro se hablaba de nosotros, se discutía... Eso sí, cuando nos presentábamos en público casi siempre la sala estaba vacía, pero nadie ignoraba que éramos los dueños del club, prácticamente. Tomábamos un clásico nacional, le injertábamos una motocicleta con mataperros; distorsionábamos una zamba, con tablas y cítaras; hacíamos que Martín Fierro le descargara íntegra la Smith Wesson al negro que entraba en la pulpería... La verdad es que la gente no nos respaldaba, pero estaba con nosotros. Prueba de eso es que todos hablaron maravillas de nuestra "Vindicación del ceibo", siendo que durante las tres noches de función vendimos nada más que quince entradas... El decorado de las paredes corría por capricho nuestro, y no solamente en la sala de ensayos, sino en los pasillos, en el patio, en la cantina.

Ellos comenzaron a reunirse en el umbral, un viernes después del básquet. Eran todos rubios. Llevaban esas remeras blancas con inscripciones en el pecho; hablaban a los gritos y masticaban algo. En cosa de una semana el umbral ya era patrimonio de ellos y se instalaron casi de lleno en el pasillo. De a poco las paredes blancas empezaron a llenarse con huellas de zapatillas, parece que no podían apoyarse de espaldas si no se sostenían con una pierna en el suelo y otra en la pared. Sé que no importa demasiado, pero nosotros pagamos la pintura con nuestro dinero, y adorno que conseguimos era para embellecer el club.

Pronto trajeron su grabador a pilas lleno de música electrónica. Es verdad que alegraron un poco el pasillo, pero eso no duró porque algunos de ellos (no sé quiénes, porque todos eran iguales) empezaron a sentarse en el patio, sobre los bancos que nosotros habíamos acomodado para hacer ejercicio. Otro de ellos (tampoco sé cuál) pegó dos afiches en la galería que desemboca frente a los baños. Posiblemente

merecíamos todo eso, ya que no nos animamos a exigirles una explicación. Además, en esos días la comisión directiva del club empezó a mirarnos feo y a recriminarnos nuestra falta de originalidad, argumentando que por eso los espectáculos eran un desastre. Los rubios mientras tanto habían copado la cantina.

Pienso que al club le hizo bien la llegada de ellos. Desde la primera semana, montones de jovencitas se anotaron en cualquiera de las delegaciones sólo para verlos de cerca. Por ellas nos enteramos que había un tal "Willy" ganador de una copa internacional en salto en largo; un tal "Curtis" instructor de natación, y otro que llevaba el nombre de su padre y de su abuelo, destacados en la marina por su valentía y finalmente desaparecidos en un conflicto dudoso cerca de Damasco. Por ellas, también nos enteramos que cada día éramos más toscos, que caminábamos sin elegancia, que nuestra ropa era demasiado formal y queapestaba a naftalina. En poco tiempo, los bailes del club prescindieron de nosotros voluntariamente. De a poco fuimos perdiendo la confianza de todos, hasta de Ramón que sólo se nos acercaba para pedirnos dinero prestado. Por eso no es extraño que ellos se adueñaran de la sala de ensayos. Los primeros días podíamos entrar a husmear, tal vez por ese derecho de antiguos dueños; luego nos relegaron a las últimas filas siempre que su benevolencia hiciera de cuenta que no nos habían visto; finalmente no nos permitieron entrar. Andábamos tardes enteras por los pasillos buscando la forma de ver que hacían. Entonces fue cuando ellos clausuraron las ventanas y se adueñaron de la llave. Por eso nos vimos obligados a hacer un boquete en la pared del fondo y al que disimulamos fácil con las chapas de una construcción vecina. Así pasábamos con dificultad y miedo de ser descubiertos por un agujero terroso que desembocaba directamente debajo del escenario. Allí debíamos contener la respiración muchas veces y combatir con las arañas y sus cargosos tejidos. Como por una sola endija se veía con claridad, nos amontonábamos desesperados por mirar, hasta que nos organizamos. Los rubios ensayaban una obra extraña llena de monólogos y aullidos, por momentos todos comenzaban a saltar y salían del escenario (para bien de nuestros oídos) y se sentaban en algunas butacas unos encima de otros. Desde nuestro lugar pudimos tener una idea aproximada del trabajo que hacían pero no a qué querían llegar con su espectáculo.

La noche que estrenaron la obra, volvimos a entrar por las puertas. Nunca en el club se había cobrado una entrada tan elevada y jamás hubo tanto público. Al contrario de lo que pensábamos, no todas eran jovencitas; por el contrario, desde temprano comenzó a lle-

gar gente de todas partes de la ciudad. Fue un éxito, un verdadero éxito... pero creo no equivocarme si digo que casi nadie comprendió qué quisieron decir con esa muestra absurda de más de dos horas.

Sería tedioso relatar todo lo sucedido, salvo que repitieron el espectáculo durante dos meses.

No sé exactamente cuándo, pero decidimos irnos del club. Alquilamos un local mediano en la misma cuadra y trabajamos con tranquilidad. A veces se nos hacía duro sobrellevar el alquiler, pero confiábamos en recuperarnos pronto.

Comenzamos tomando una obra francesa y la ambientamos con música argentina, cambiamos las características de algunos personajes y la situamos en Buenos Aires a fines del siglo XIX, con diapositivas de flores como decorado... Ese puedo decir que fue nuestro primer fracaso total; no solamente el público se olvidó de nosotros sino que la crítica nos ignoró por completo... Después de ese fracaso vinieron dos más. Imagino que en los bares del centro ya no se hablaba de nosotros.

Pasábamos la mayor parte de la tarde proponiendo y descartando ideas; escribiendo argumentos que una vez finalizados nos daba pereza ensayar. Como era lógico, terminamos entregándonos al ocio. Incluso caímos en lo que nunca hubiéramos deseado caer. Cambiamos nuestras camisas por unas remeras blancas con inscripciones en el pecho. Paradójicamente, ellos ya las habían desplazado por unas verdes con cuellos negros; lo que nos daba, a pesar de nuestra novedad, ese tono infeliz de segunda mano.

Volvimos a entrar por el hueco que daba al fondo del escenario; de ahí sacamos la idea para una obra de creación colectiva donde debíamos incluir un personaje femenino. Una chica de Santo Tomé cumplió a la perfección con el papel, y nuestro pequeño local por primera vez estuvo completo de público el día del estreno. Creo que llamamos la atención con nuestro atuendo diferente, de remeras verdes y cuellos oscuros... al menos hasta que en el primer intervalo aparecieron ellos con camisas estampadas y pantalones blancos.

No importa mucho el relativo éxito de nuestra creación colectiva. Cuando el público se fue y mucho antes quizá, seguimos siendo los desclasados de siempre. Muy pronto Virginia nos dejó, tal vez tentada por la oportunidad de trabajar para el club... Ellos entienden y comprendieron enseguida que podían hacer algo positivo de ella. Nunca quisimos pensar que la alejaron de nosotros sólo para hacernos daño.

*Delatemos un onanismo más: el de izar la bandera cada cinco minutos.*

*(Oliverio Girondo)*

## II

Todo ha cambiado mucho de un tiempo a esta parte. Ya no se suceden semana tras semana aquellos fracasos que nos destruían, comenzando por el orgullo. Al contrario; ahora tenemos nuestro público, nunca menor de cuarenta o cincuenta personas, aunque siempre las mismas.

Ahora existe entre nosotros una cierta cordialidad, relativa pero valedera. Nos han ayudado consiguiéndonos reportajes en los diarios, prestándonos su vehículo para el traslado de papeles, colaborando en la traducción de algunos pasajes ya que nuestra última obra es bilingüe. Hemos llegado a un acuerdo por medio del cual ellos figuran al pie de nuestros programas como productores y colaboradores, pero en ningún momento les permitiremos obligarnos a ensayar obras que estén en desacuerdo con nuestra temática argentina... O sea que somos independientes casi en todo sentido, ya que no podría ser de otra manera, tratándose de gente como nosotros que prefiere dejar el teatro antes de perder la autonomía. El país es un grito indispensable que sube desde la iracundia de la tierra, cargado de ese impulso aborigen que no borrarán cientos de generaciones extranjeras.

Ahora pisamos nuevamente el umbral cuantas veces se nos ocurre y apoyamos los pies en las paredes del pasillo. Debo reconocer que el pelo rubio no nos queda mal. Ayer nos hemos teñido por voluntad propia.

## ANONIMO

### Dos poemas

*Con el título de 'Tiempo de hoy', el semanario uruguayo Marcha publicó los dos poemas que reproducimos a continuación. Iban acompañados por la siguiente nota. "Estos poemas llegaron anónimamente, pero su indiscutible calidad nos decidió desde el primer momento a publicarlos. Son muy buena poesía y a la vez testimonio de un Uruguay que ha conocido —y continúa conociendo— la experiencia de la represión y la tortura".*

1

La luna  
es un capricho  
de plomo  
o de aluminio  
detrás del vidrio  
sucio.  
Sobre la plaza  
de armas  
encogida  
acompaña  
callada  
mi vigilia.  
La luna

me hace  
muecas  
y guiños  
—qué sé yo—  
me dice cosas  
palabras olvidadas.  
La carabina  
afuera  
ronda  
despaciosa  
y las botas  
se ajustan  
al silencio  
acompañando

los pasos  
del soldado.  
La luna  
es un capricho  
de mercurio  
huyendo  
de furiosos  
alacranes  
es un ladrón  
llevándose  
los sueños  
de treinta  
compañeros  
angustiados.  
La luna  
es tu recuerdo  
—claro—  
es tu mano  
y tu boca  
es tu sonrisa  
es el canto  
de afuera  
ya olvidado  
es una flor  
acaso  
y también  
la certeza  
de mañana.  
Recojo la luna  
con los ojos  
me la traigo  
hasta el piso  
donde duermo  
y la aprieto  
contra el viejo  
cuerpo  
este antiguo  
y dolido  
compañero.  
Quiere ser fría  
ella  
y no la dejo  
la acuesto

sobre el pecho  
le murmuro  
palabras  
la acaricio  
y después  
la deshago  
lentamente  
y reparto  
los trozos  
con cuidado  
sobre la frente  
de treinta  
compañeros.

3

Estoy al sur  
y junto  
al mar  
donde el puerto  
pequeño  
y memorioso  
se cubre  
de veleros  
indolentes  
que esperan  
el estío  
entre las aguas  
gélidas  
y sucias.  
Pero el mar  
no se oye

no se huele  
su sal  
ni su viento  
de yodo  
no hay arena  
ni peces  
no se ven  
pescadores  
ni niños  
ni cachorros.  
Estoy al sur  
y cada tanto  
una gaviota  
triste  
y solitaria  
planea  
lentamente  
sobre la plaza  
de armas  
bulliciosa.  
Estoy al sur  
pero sin mar  
ni sol  
sin pescadores

alejado de todo  
y prisionero  
derrotando  
a la angustia  
cada noche  
con la sola  
herramienta  
de mis sueños.  
Estoy lejos  
y cerca  
estoy al sur  
y junto al mar  
despejando  
las nubes  
poco a poco  
para que brille  
la estrella  
y no se apague.

28 y 30/7/72

# KUADERNO

☆ LA TRAIION DE MANUEL PUIG ● TIJE-  
RA (Carroll, Felisberto) ➤ OSVALDO SO-  
RIANO: el final de un comienzo ★ LA FORES-  
TAL (Reportaje a O. I. Ielpi) □ ENRIQUE  
MEDINA: las malas palabras ♣ BIBLIOGRA-  
FICAS (Riestra, Gelman, P. Jolls) ☆ ● ➤ ➤ ➤

# 1

## LA TRAIION DE MANUEL PUIG

(Sobre THE BUENOS AIRES AFFAIR) ELVIO E. GANDOLFO

"Después de leer los dos libros de Puig, yo sé cómo hablan sus personajes, cómo escriben cartas sus personajes, cómo piensan sus personajes, pero no sé cómo escribe Puig, no conozco su estilo. Y en esto no hay nada agresivo", declaraba Juan Carlos Onetti en un reciente reportaje (1).

"The Buenos Aires Affair" (2), su tercer novela, tiende a contestar ese interrogante. Si en las dos primeras existía una preponderancia absoluta de lenguajes alienados (cartas, monólogos, corrientes de conciencia, diálogos en los que se oía —se leía— un solo interlocutor) en la tercera es Puig, como na-

rrador omnisciente, quien maneja personajes, situaciones, paisajes y ambientes. El resultado es decepcionante. Intentaremos describir por qué, comenzando por los detalles referentes al lenguaje utilizado (que, aún no siendo los más importantes, se destacan por su estridencia) hasta llegar a los que integran la trama, la caracterización de los ambientes y personajes y la relación que la novela mantiene con la realidad histórica que pretende describir, para extraer de allí algunas conclusiones.

I

El primer nivel en que falla la novela, y a través de casi todo su desarrollo, es el lenguaje, lo formal. Se tra-

(1) "J.C.O.: en busca de la obra redonda", reportaje de Osvaldo Soriano en "La opinión cultural" del 29/4/73.

(2) Editorial Sudamericana - Bs. As., 1973 - 260 págs.

ta de una escritura atiborrada, opaca, que refleja por un lado la desorientación propia de un principiante (cosa que Puig no es), y por otro una especie de "internacionalismo", de amalgama grásacea, sin maticos que permitan identificar la obra como perteneciente a una literatura nacional definida, en este caso la argentina, acercándola más bien a los best-sellers de consumo universal.

Algunos de los puntos que más entorpecen el lenguaje de esta novela son:

- 1) la continua aparición de vocabularios especializados (jurídico, económico, psicológico, médico, etc.), que se constituyen en partículas neutras en las que tropieza la fluidez de la frase, y que no muestran, o al menos disimulan por completo, alguna intención irónica o satírica (3);
- 2) el empleo de un lenguaje de manual de divulgación sexual para describir las relaciones de los protagonistas, ya sea entre sí o con sus sucesivos amantes o víctimas (4). Lo desglosamos del apartado anterior por su importancia. El sexo es el tema manifiesto de la novela, y la forma en que Puig lo ha tratado es la causa principal de su fracaso. Ya volveremos desde otro ángulo sobre el particular;
- 3) los experimentalismos formales desplegados sin ningún rumbo, la mayor parte de las veces como una decisión externa, "técnica", del au-

- (3) "la merma del poder adquisitivo de su jubilación" (pág. 11). "en su plan de ahorro para comprar una propiedad inmobiliaria no entraban los gastos prescindibles" (pág. 49). "El frío le azotó las estrabaciones nerviosas de la dentadura" (pág. 201); y muchos ejemplos más.
- (4) "Los cunilingus de que había sido objeto" (pág. 53). "los servicios de prostitutas que le practicaban felacios" (pág. 53). "aquejado como estaba Bob de 'ejaculatio praecox' en todas sus prestaciones" (pág. 55). "La joven esposa no podía reprimir expresiones vocales correspondientes a su goce. El marido, estimulado, se esmeró en la prosecución de su desempeño" (pág. 251).

tor. Los ejemplos más evidentes son:

- a) el tono supuestamente objetivista del capítulo II, en que se describe la habitación de Leo. Ni la acumulación de objetos llega a reflejar un ámbito social o un carácter determinado, ni los objetos llegan a adquirir un valor en sí mismos, por ejemplo la dureza con que aparecen en algunas novelas del "nouveau roman". Permanecen en una vacua zona intermedia, asimilable a los catálogos comerciales o a las descripciones de las revistas femeninas;
- b) las corrientes de conciencia, en las que prima un arcaico sistema de asociación libre que lejos de brindar libertades y penetración resulta inadecuado y amorfo. Es el caso del capítulo IV, en el que Gladys se masturba, o con leves variantes, la descripción de "sensaciones" de los tres personajes principales en el capítulo XIII, uno de los pozos insondables del libro. Allí el defecto se ve agravado por la recurrencia a un lirismo inconsistente que gira sobre sí mismo hasta la somnolencia (5);
- c) la entrevista imaginaria (capítulo VII), infinitamente alargada con descripciones de comidas, géneros, vestidos y postres, que rivalizan en banalidad con el capítulo II;
- d) la transcripción del parte taquígrafico tomado en la comisaría (cap. X). Está hecho en infinitivo y suprimiendo las partículas gramaticales. Una vez franqueada la barrera que esto significa el recurso se muestra artificioso y vacío, y se tiene la incómoda sensación de leer un diálogo entre comanches.

- (5) "el lector hace rato que se ha ido y él sigue hablando", diría Macedonio.

## II

En lo que se refiere a la psicología de los personajes, a la trama, a la relación de la novela con respecto a la realidad histórica que pretende reflejar, los defectos se hacen más graves.

Tanto Gladys como Leo están representados como dos "casos" psicológicos. Se recogen los hechos traumáticos de la infancia, se prosigue con el relato contable de sus sucesivas experiencias amorosas y para mayor saturación se hace que uno de ellos visite al psicólogo. El resto de los personajes (la madre y los amantes de Gladys, María Esther Vila, la familia de Leo), ofician de simples comparsas en el Drama central de los protagonistas.

Por otra parte la causalidad de sus conductas está regimentada por la ortodoxia freudiana más rancia. La trama queda entonces absorbida por la importancia del Sexo, para colmo trascendentalizado en forma directa, sin que medien elementos para atribuir esas concepciones a los personajes y no al autor (6).

El resultado es que también el contexto histórico sirve de mero telón de fondo para los dos "casos". Las referencias a los gobiernos del peronismo y su posterior caída, o al partido comunista, o a la represión de la "Revolución Argentina", son detalles accesorios, extemporáneos, intercambiables, aplicados con tanta brusquedad y tan despegados del resto del relato que sorprenden al lector. El intento más lamentable en este sentido, por lo gastado, es la reproducción textual y extensa de noticias periodísticas.

- (6) en dos momentos claves de sus vidas, oyen "como una voz que les habla al oído" (págs. 30 y 105). "del pecho baja una flecha de vello negro más y más encrespado que toca el ombligo y más abajo la flecha se hunde en la espesura del infierno" (pág. 67). (el psicoanalista) "fija en el paciente una mirada de indole mística" (pág. 194). "se masturbó en un vaho caliente que brotaba de su piel" (pág. 104).

Lo mismo ocurre con el medio ambiente. Nunca han "inexistido" más dos ciudades como Buenos Aires y Nueva York que en esta novela. Abundan los interiores, o de lo contrario el típico exterior apartado, limpio de conflictos, abierto como un escenario (la playa junto al mar y, dentro de lo urbano, el baldío donde Leo realiza su violación mortífera).

## III

Por último, no queremos dejar de anotar un elemento accesorio pero que tiene su importancia: así como el subtítulo "folletín" era en "Boquitas pintadas" una decisión externa que nada tenía que ver con el tono real de la novela (7), el subtítulo de "Novela policial" en "The Buenos Aires Affair" es excesivo o al menos desubicado. Las

- (7) Carlos R. Yujnovsky lo demuestra exhaustivamente en "Boquitas pintadas" folletín? - Revista Nuevos Aires N° 8 - Bs. As., 1972.

FONTANARROSA





tres novelas de Puig son encuadrables dentro del género psicológico. Las dos primeras poseen una inusual calidad. La tercera, en cambio, es ubicable junto a los peores ejemplos del novelón psicoanalítico, y hasta sentimental (ni siquiera falta la aterrorizante fortuita—accidente automovilístico mediante—del hombre “malo”, y la salvación de la heroína “buena” al integrarse a la Vida y evitar el suicidio). La presencia de unos pocos elementos (el burdo suspenso del principio, el rapto de Gladys, la intervención marginal de la policía) no autorizan en absoluto su inclusión en el género policial.

#### IV

Se podría continuar, pero lo dicho basta para extraer algunas conclusiones. En primer lugar, ya en “Boquitas pintadas” se advertía la fatiga, el no va más de un método de trabajo y de la porción de la realidad elegida para aplicarlo. El método era ese estilo alienado a que ya hemos aludido; la realidad estudiada, la clase media argentina, en sus variantes de pequeña población y urbana. La tensión que dicha técnica brindaba, su poder de penetración, habían hecho posibles dos buenas novelas de nuestra narrativa, pero para brindar una tercera era necesario que se abriera el campo de visión, que entre el autor y el mundo

## 2 TIJERA

### a) La verdad sobre Lewis Carroll

En la sección “Correo” de la revista Siete Días Nº 322, la Sra. Alicia S. de Waksman clarifica de una vez y para siempre los oscuros instintos que movieron al creador de “La caza del Snark” y “Alicia en el país de las maravillas”:

“Leí con interés el anticipo dedicado a Lewis Carroll (SieteDías Nº 318).

se estableciera una relación más adulta, y no una mera posición de auditor pasivo. Para decirlo en otros términos: que Puig comenzara a hablar con su voz, a construir un estilo en el sentido en que lo pide Onetti. “The Buenos Aires Affair” lo intenta, pero elige el peor de los caminos: la comodidad de alienarse en un sistema comercial de la novela, las anteojeas sistemáticas para eludir las contradicciones reales. Puig no parece advertirlo. En recientes declaraciones (8) se manifiesta asombrado de que alguien pueda llegar a encontrar cierta falta de compromiso en su obra, basándose en la uniformidad de alabanzas que encuentra en la crítica (es decir: no imaginando una opinión valdadera fuera de los canales comerciales del libro), supone una serie de intenciones previas (reflejar el clima de opresión durante el gobierno de Onganía, investigar el límite en que los contenidos del subconciente entran a la conciencia, etc.) y transmite en todas sus afirmaciones o ambigüedades, un aura de pasividad, de pequeñez, que difícilmente puede sustentar la obra de un narrador necesario.

(8) “El pensamiento vivo de Manuel Puig”, reportaje de Dionisia Fontán en revista Siete Días, Nº 319 - Bs. As., 1973. Entrevista de Saúl Sosnowsky en Revista Hispamérica Nº 3, Bs. As., 1973.

Pero lo que más me llamó la atención fue la expresión de vicio y depravación que puede leerse con facilidad en los rostros hermosos de Alice, Edith y Lorrina Liddell, que “protagonizaron la excursión que dio origen a las **Aventuras de Alicia**”. Tratándose de un personaje tan contradictorio y extraño como Carroll, “precursor del surrealismo,

el humor negro, la lingüística moderna y Jorge Luis Borges”, cabe preguntarse no sin cierta alarma qué clase de excursión fue ésta, y si las tiernas niñas que la protagonizaron fueron en verdad tan firmes. **Alicia en el país de las maravillas** fue siempre englo-

### b) Las palabras y Felisberto Hernández

En el semanario uruguayo **Marcha** del 24-8-73 se reproducen tres de las ciento treinta y pico cartas que el escritor Felisberto Hernández escribiera a la poetisa Paulina Medeiros. En ellas se incluyen no sólo abundantes y hermosos elementos para dar una imagen íntima del narrador y pianista, sino también consideraciones acerca de su estilo, como ésta:

“...yo tengo como un proceso de amistad con las palabras: primero me hago amigo directo de ellas; y después me quedo muy contento cuando se me aparecen juntas, dos que nunca habían

bado en el rubro literatura infantil, y siempre dudé de la licitud de tal clasificación: su sadismo, su crueldad, su básico absurdo hacen que no sea un libro aconsejable para los niños. Ahora, las expresiones de las ‘amiguitas’ de Carroll corroboran mi presunción”.

estado juntas, que habían simpatizado o se habían atraído en algún lugar de mi alma no vigilado por mí. Y me da una sorpresa encantada al verlas aparecer juntas y saber que se habían hecho amigos.

Pero hay palabras que nunca podrán ser amigas mías: las que no me parecen naturales o las que no entran en el misterio de la simpatía. Tal vez tenga incapacidad para querer a muchas o quiera ser fiel a antiguas amigas o me cueste una nueva amistad o cualquier otra cosa que no sé”.

## 3

### Oswaldo Soriano: el final de un comienzo

(sobre TRISTE, SOLITARIO Y FINAL)

EDUARDO D'ANNA

“Triste, solitario y final” (1), novela de Oswaldo Soriano, está dividida en dos partes. La primera dedicada a la relación entre Stan Laurel (el “flaco” del Gordo y el Flaco) y el detective Philip Marlowe, personaje extraído de las novelas de Raymond Chandler. La segunda, trata de la relación entre este último y “Oswaldo Soriano”, periodista y escritor argentino, homónimo del autor.

Se ha dicho que el tema de esta novela es el fracaso. Esta afirmación tiene cierto apoyo en frases de algunos personajes secundarios, y en parte en algunas atmósferas;

ambas secciones de la obra pondrían en paralelo al Gordo y el Flaco con una nueva pareja, Marlowe y Soriano, tan grotesca y fracasada como la anterior.

En realidad, hay en el discurso más de dos parejas. La primera en aparecer es la de Laurel y Charlie (Chaplin). Ambos polos de la misma se oponen por el eje del éxito, logrado por el segundo en forma definitiva, y por el primero en forma sólo efímera. La segunda pareja son el Gordo y el Flaco, opuestos por haber hecho o no concesiones a la “ley mercantil” de Hollywood. La tercera, la forman el flaco Laurel y Marlowe: se oponen en que uno no puede o no quiere averi-

(1) Edic. Corregidor - Bs. As. - 1973

guar personalmente por qué ha dejado de ser famoso, y el otro es quien debe hacerlo. La última pareja, Marlowe y Soriano, se dedica a averiguarlo. Aquí la oposición entre ambos es compleja y está conformada por muchos datos. Señalaremos los más importantes: ser o no yanqui, hablar o no inglés, ser o no viejo. Además, hay un elemento especialmente significativo que los coloca en posición simétrica a uno del otro: Marlowe es "doblemente" ficticio, pues no sólo es personaje de esta novela, sino que además (a diferencia del resto de los otros personajes importantes) está tomado de otra novela. Soriano queda "a mano" con la ficción, pues es el menos ficticio de los personajes, dado que no finge ser ninguno, sino que es el propio autor.

Por lo demás, el fracaso de Laurel y Hardy, frente al éxito de sus colegas de Hollywood, llenos de falsedad, los convierte, en función de ese eje, en auténticos. Al primer polo, la falsedad del cine, se une también la de la TV.

Pues Marlowe es el puente a través del cual la pareja Marlowe-Laurel se metamorfosea en Marlowe-Soriano. Vehiculiza este cambio la "persistencia" en averiguar quiénes fueron el Gordo y el Flaco y por qué fracasaron. Así, la autenticidad de Laurel y Hardy (inclusive en su "comienzo" como actores) puede pasar a la última pareja, que protagoniza grescas "verdaderas", en oposición a las mentiras del cine y la TV. Verdaderos justicieros, verdaderos románticos, verdaderos locos, verdaderos desesperados, frente a todo lo falso del cine del imperia-lismo, "tigre de papel".

Así pues, es comprobable que la acción está fundada sobre tres ejes (aunque naturalmente, puede haber, y hay, otros) que son: el éxito, la persistencia y la realidad, puesto que las cosas se ordenan en la novela en cosas que fracasan o no,

claudican o no, y son o no verdaderas.

Sin embargo, nada de esto demuestra que "Triste, solitario y final" no sea una "novela del fracaso". Para invalidar esta hipótesis, tenemos que recurrir a otros elementos.

En primer lugar, los códigos utilizados, pertenecientes al cine mudo y a la novela negra. Como ambos son generados por los personajes auténticos (dado que los falsos se niegan a promoverlos y sólo tienen que entrar a la fuerza en ellos), y que estos personajes auténticos son los que fracasan, se produce una identificación entre autenticidad y ficción, la que se opone así a falsedad. Tenemos, pues: ficción-falsedad.

Como la ficción está íntimamente vinculada al discurso, es dable comprobar que en la clausura del mismo, se siguen dando para Marlowe y Soriano los polos positivos de los tres ejes: persistencia, fracaso (puesto que éste es valorado, por identificarse con la realidad y no con la falsedad), y realidad (puesto que ésta se identifica con la ficción).

Lo que no termina de aclararse es la pregunta del viejo Laurel: ¿por qué cayeron en el olvido él y Ollie?

Pero aquí corresponde establecer una distinción entre ambas parejas: el Gordo y el Flaco buscaban la "aceptación" de Hollywood (del Hollywood de aquella época, puesto que Ollie permite aclarar que buscarlo en esta época es claudicar). Marlowe y Soriano se enfrentan con Hollywood y con la policía, es decir, con el sistema yanqui. Le "buscan guerra", y acaban siendo totalmente enemigos de él, sin posibilidad de una re-aceptación.

Esto hace más claro el hecho de que en realidad Marlowe y Soriano no carezcan, del todo, de éxito. "Estamos en un lío serio. Somos fa-

mosos", es decir, más que un éxito es un anti-éxito, es un triunfo en contra del sistema, es un ataque a él.

La novela podría terminar, si aceptara cualquiera de estas dos posibilidades: el fracaso (es decir, la no-persistencia en la averiguación de la historia del Gordo y el Flaco), o bien el anti-éxito como éxito (o sea creer que la solución está en "atacar" anárquicamente al sistema). Pero Soriano y Marlowe se sienten profundamente disgustados de haberse metido en líos para "ser famosos", puesto que su intención es saber por qué fracasaron el Gordo y el Flaco, es decir, saber cuál es la naturaleza del sistema que los condenó al olvido. ¿Y por qué quieren saberlo? Justamente ésta es la pregunta que "cierra" la historia. Bueno, en realidad, la que la abre, o mejor dicho, la que inaugura la acción, en oposición a la ficción. La ficción está montada sobre la pregunta, y cuando esta pregunta se formula, la acción debe morir, para que la pregunta nazca en la mente del lector. Así como nació en la mente de su autor, Osvaldo Soriano, para más barroquismo.

Sin embargo este barroquismo formal, no obstaculiza el desarrollo de la novela, que es de una simpleza clásica, puesto que se basa en presupuestos extra-discursivos, se basa en el contexto, en nuestro conocimiento personal e histórico del Gordo y el Flaco, John Wayne, Chaplin, etc., y en el hecho simple de que toda novela lleva el nombre de su autor, por lo que constatar que el nombre del personaje y del autor son homónimos es cosa al alcance del "canal", es decir, comprobable por cualquiera que compre el libro.

Por lo tanto, la ficción obtiene su sentido de la destrucción de la misma, del comienzo de la acción, que es el preguntarse por las razones del olvido, cosa que obviamente es recordar a Laurel y Hardy, y también, claro está, a Chandler. De este modo, "Triste, solitario y final" aparece más que nada como un comienzo, comienzo donde por lo menos dos personas ya están embarcadas, y comienzo que hasta podría verse como un final nada triste, y contrariamente, lleno de la alegría de la que es portadora el inicio de la acción.

## 4 LA FORESTAL

Reportaje a R. O. IELPI

Basándose en los datos recogidos sobre el imperio socioeconómico que la compañía inglesa conocida como La Forestal ejerciera en el norte de Santa Fe, Rafael Oscar Ielpi y José Luis Bolleá compusieron los textos y la música de la *Crónica Cantada sobre La Forestal*. Para conocer el origen y la posterior difusión de la obra reporteamos a R. O. Ielpi.

1) ¿Si tuvieras que definir el ciclo de La Forestal, cómo lo harías?

—Contando su historia sintéticamente. Comienza en 1904 y termina, aparentemente en 1964. En esos 60 años, desmantela totalmente el chaco

santafesino de su riqueza casi única: el quebracho colorado, mediante la tala irracional. Funda pueblos, los llamados pueblos forestales, con una apariencia exterior de prosperidad y progreso inusuales para la época

(1910-1930): agua corriente, luz, hospitales, escuelas, canchas de golf, casas de huéspedes lujosas, pero que dejaban al costado a los hacheros y obrajeros, condenados a vivir en pocilgas, o al aire libre, o bajo arpilleras, con jornadas de doce y catorce horas a pleno sol y con jornales de hambre, con atención sanitaria deficiente o inexistentes, y además, con el peligro de la policía mercenaria pagada por la empresa, con beneplácito del gobierno santafesino. La **gendarmería volante**, como se la llamaba, o **los cardenales**, como la llamaba el pueblo, tenía vía libre para matar, torturar, expulsar de los pueblos, incendiar, violar. Defendían a conciencia al amo inglés. La Forestal tuvo ferrocarriles (500 kms. de vías en Santa Fe), puertos (Piracuaé, Piracuacito, Peguajú, Ocampo), barcos, remolcadores, fábricas de tanino, ingenios, cabañas, proveedurías. Fomentó la prostitución, el juego, los métodos habituales de embrutecimiento del trabajador. Persiguió sanguinariamente a los primeros dirigentes obreros (Lotito, Lafuente, Giovetti entre otros) que desde 1919 a 1921 lograron inmovilizar por largos períodos la producción taninera, en busca de mejoras de salarios y condiciones de vida para los obrajeros. Fue levantando, desarraigando sus instalaciones de s d e 1930 en adelante, cuando la extinción de la materia prima, y el descubrimiento de la mimosa africana —poseedora de un elemento tánico más barato que el tanino de quebracho— le permitieron dar por concluido su ciclo en la Argentina. Desmanteló las vías, se llevó los tanques de agua de las poblaciones, dejó sin trabajo a comunidades enteras, las aisló al quitarnos el medio de transporte y consiguió, por si fuera poco, que el gobierno santafesino le pagara encima por los rieles inútiles. Las estadísticas de sus ganancias, en todo ese ciclo, podrían alcanzar los límites de lo increíble, pero eso puede constatarse en otro tipo de publicaciones especializadas. Lo concreto es esto: monopolizó la produc-

ción de quebracho y tanino, empobreció y en muchos casos mató a cientos o miles de argentinos, se enriqueció sin ningún tipo de control gubernamental. Y lo sigue haciendo.

## 2) ¿Cuándo, cómo y por qué nació la idea de hacer la CRÓNICA CANTADA SOBRE LA FORESTAL?

—La idea venía de muy lejos, pero se concretó en junio del año pasado, cuando conversamos mucho con José Luis Bollea sobre la posibilidad de trabajar juntos. Decidimos casi de inmediato encarar un tema que nos tocara muy de cerca, como habitantes que somos del litoral argentino. Habíamos barajado la posibilidad de trabajar, por ejemplo, sobre las matanzas de la Patagonia en 1921, pero entendimos que era más honesto y más importante, manejarnos con hechos similares ocurridos en nuestra provincia, en nuestro ámbito, en nuestra región. Hechos que, además, conoce muy poca gente, convencida de que eso ocurrió "hace mucho tiempo", cuando en realidad La Forestal sigue manejando, con persoseros, la industrialización del quebracho colorado en el Chaco, y dejó de funcionar en Santa Fe hace nada más que nueve años... De paso, era casi el ejemplo ideal de penetración monopólica en la Argentina, que fue uno de los postulados del proyecto inicial con Bollea.

## 3) ¿Qué efecto se intenta provocar en el público? ¿Emotivo o concientizador? ¿A través de qué elementos?

—La **Crónica** fue pensada y creada para el público. La intención, fundamentalmente, fue motivar una toma de conciencia de nuestra dependencia económica, de la clase de explotación que los grandes intereses extranjeros manejaron en la Argentina, de los métodos brutales y sangrientos de que se valieron para ello, de la complicidad que encontraron casi siempre en los gobiernos de turno, de las dificultades de la lucha de la clase trabajadora para lograr su reivindicación, primero co-

mo elemento de trabajo y después como clase social. La carga emotiva es incontrolable. La descripción de las matanzas, torturas y represión llevada a cabo por La Forestal es una parte de la **Crónica**: su mera enunciación puede motivar a cualquiera, reacciones emocionales que lo hagan adherir inconcientemente a lo que la **Crónica** está planteando, pero eso, en todo caso, es la fuerza de la realidad, de la verdad. Lo que hemos hecho ha sido, simplemente, **contar** lo que ocurrió. Y de una manera sencilla, evitando en lo posible ese regodeo poético que muchas veces ha frustrado buenas intenciones en el plano de la música popular de los últimos diez años. Que es el período en que comienzan a surgir obras de este tipo, en las que la historia social de los pueblos de Latinoamérica se incorpora a la música popular.

## 4) ¿Se tomaron en cuenta ejemplos precedentes, como la CANTATA A SANTA MARÍA DE LIQUIQUE, de Luis Advis? ¿Cuáles son las diferencias o similitudes entre obras de ese tipo y la Crónica cantada sobre La Forestal?

—No existen diferencias fundamentales entre obras como la de Advis, que juzgo ejemplar, y la **Crónica cantada**... por lo menos en la intencionalidad de las mismas, en la búsqueda de rescate de la historia real de cada país, que todos sabemos no es, por cierto, la que se preconiza desde la Academia Argentina de Historia o desde los deplorables textos escolares. No tomamos especialmente en cuenta la **Cantata de Iquique** —la escuché una sola vez en mi vida—, sino ese estado de conciencia general latinoamericano que la **Cantata** de Advis vino a cristalizar musical y literariamente. Un estado de conciencia que, no es ninguna

FONTANARROSA



novedad para nadie, no encontró todavía en la Argentina una obra, en el plano musical, que exhiba los mismos méritos que la chilena. Un ejemplo: el aparato promocional (debi decir el sistema) una denominada **Cantata sudamericana**, donde se unen un buen músico popular como Ariel Ramírez y un poeta, novelista, cuentista, historiador, periodista, ensayista y revisionista como Félix Luna. La aludida **Cantata sudamericana** no es sino una colección de postales por países, con su samba, su vals peruano, su balada, su canción basada en ritmos tobas. La problemática de liberación de Latinoamérica, las luchas de los movimientos de liberación, la condición de dependencia están escamoteados. ¿Para qué sirve todo eso, aparte de para embolsar algunos dólares? Sirve para mantener desinformado al público que consume esos productos (aunque el público se encarga de informarse donde debe), para promocionar una visión deformada de la realidad latinoamericana, para mantener el sistema.

5) La **Crónica** se presentó hasta hace poco en un **café concert** céntrico de Rosario. ¿La obra estaba pensada para el público que concurre a ese tipo de locales? ¿O imaginando otro destinatario y no pudiendo alcanzarlo se prefirió una difusión alienada antes que una difusión inexistente? ¿Ha cambiado esa situación?

—Estas son tres preguntas impensadamente maliciosas. La realidad de los hechos es ésta: la **Crónica** se presentó, efectivamente, en un local habitualmente destinado a espectáculos de café concert, cuyo dueño es, además, amigo de todos los que trabajamos en la **Crónica**. Para las funciones, el local dejó de funcionar como siempre: se eliminaron las mesas, no se vendieron bebidas y la sala pasó a ser una pequeña sala teatral. No sé si el público habitual fue o no como siempre al local. Me consta que fue gente que en su vida lo había pisado, y seguramente no lo pise más. O sí. La

**Crónica** estaba pensada para ser difundida donde fuera y como fuera. Lo que ocurre es que los teatros tradicionales cobran alquiler, el alquiler es caro, y algunos, como el de la Fundación Astengo, se negó rotundamente a prestar su sala ni a la **Crónica** ni a ningún espectáculo popular después del 25 de mayo. Vaya a saber por qué... En la encrucijada, encontramos la oportunidad de hacerla en ese local de café concert y lo hicimos. Eso nos permitió lo segundo: la obra se conoció, la vio gente, y aparecieron propuestas para llevarla a otros lugares. Así, la gente de **Canto Libre** (Horacio Sturam, Mito Sparr, José Luis Bollea y Carlos Jorge), que es la que hace la obra, actuó para estudiantes secundarios, universitarios, para vecinales. Y pudo, entre otras cosas, realizar una gira de 15 días por el Comahue, mediante un contrato con Extensión Universitaria de la Universidad Nacional del Comahue, otenido a través de la Juventud Peronista. Las actuaciones fueron entonces en poblaciones obreras: Ingeniero Huergo, Central C.C., el Chocón, con un público casi exclusivamente integrado por obreros no calificados, familias, gente joven.

Por aquella presentación inicial en ese local, la **Crónica** fue representada en Santa Fe, en barrios apartados o en villa de emergencia, y hasta en la isla Silgadero, en el patio de una unidad básica peronista, en realidad un rancho humilde, con la gente sentada en el suelo. Entonces, nadie, ni nosotros ni los demás, se preocupó por acordarse del debut en el café concert. La **Crónica** irá ahora al norte santafesino, donde se originó: La Gallareta, Villa Ana, Villa Guillermina, Tartagal, Intiyaco, Fortín Olmos, Reconquista. El contacto es otra vez la Juventud Peronista, a través de la Secretaría de Cultura Popular de la Universidad Nacional del Litoral.

Y por eso, en octubre se estrenará en Buenos Aires, a través de Artes y Ciencias, para un público seguramente mucho mayor y que tal vez esté mu-

cho más lejos del problema de La Forestal que el del sur o el del norte santafesino. Pero la posición es la misma por parte nuestra: la **Crónica** seguirá haciéndose donde se pueda, con tal de difundirla. En casos como el de

Artes y Ciencias lo que se pide es simplísimo: la obra se da como es, sin cambio alguno con respecto a su estructura, su contenido, su intencionalidad. Respetado eso, se hace.

## 5 Enrique Medina: las malas palabras

(Sobre SOLO ANGELES)

JUAN CARLOS MARTINI

Desde las primeras páginas el texto de "Sólo Angeles" (1), de Enrique Medina, propone una despedida: *Cuando se perdió la alegría, chau, andá a cantarle a Gardel*. Sin dramatismos, el narrador abandona Buenos Aires rumbo a Montevideo. Y abandona, simultáneamente, una determinada concepción del orden, narrada desde el segundo capítulo en adelante por *sustitución*. El lugar es ocupado por la *espera*, por el *desorden*, una apariencia, si se quiere caótica, de *otro orden*, a través del cual el narrador continuará despidiéndose de maneras más o menos explícitas, incapaz de asumir y resolver en la práctica las contradicciones que protagoniza. La despedida, consciente o no, es indefinida: durará mientras el narrador *viva*. Mientras la *sustitución* del orden pequeño - burgués por la imaginación pequeño burguesa (en cuanto pasiva y narrada, en última instancia *sublimada*) conduzcan sin remedio a la locura y la muerte.

Pero esa despedida *anecdótica*, esa *sustitución* que un personaje *ficticio* realiza describiendo al mismo tiempo un acabado ejemplo de psicosis, se revierte en el acto de escribir, en la *sustitución* de una palabra por otra, y como objeto específico el texto de "Sólo ángeles" traduce su *intención subversiva*.

Medina *sustituye* el lenguaje literario pequeño-burgués, vergonzante y eufemista, por un lenguaje (ahora también literario) *verosímil*. Sustituye la buena palabra literaria por la mala palabra literaria (y *verosímil*). *Sustituye* pene por pija, trasero por culo "hacer el amor" por cojer, etc. La despedida alcanza entonces voluptuosamente, al lenguaje agonizante literario y colonizado de la literatura argentina. No es casual, en consecuencia, que sus libros se tomen en cuenta como "agudos testimonios", "desgarradoras experiencias", etc., pero no como literatura. La literatura en nuestro país es Ernesto Sábato, o Abelardo Arias, o Beatriz Guido, o Manuel Puig. Todos los matices del interés pequeño-burgués por la *lectura* pueden satisfacerse leyendo a estos autores, o al Gran Hechicero Tribal, Jorge Luis Borges. Para Medina no hay alternativa. Es "testimonio" o es "pornografía". Su novela no parece muy preocupada por la cuestión.

En cambio sí se *calienta* por registrar a lo largo de su transcurso una poblada lista de *sustituciones* que estructuran una historia determinada, una *anécdota* susceptible de ser narrada, un texto que al extrapolarse abre las puertas para *sustituirse* a sí mismo.

Un narrador sin nombre, clínicamente narcisista, *cuenta* su imagen

(1) - Edic. Corregidor - Bs. As. - 1973

lo entiende él...

(o la imagen que tiene de su imagen) y sus andanzas por un Uruguay sometido y en lucha gobernado por Pacheco, y se autocastiga, sin conciencia de culpa, con el hambre, la locura, las putas y la muerte. Se autocastiga también (desde la contemplación de las luchas populares) con una Revolución en marcha que si puede rescatarlo lo hará, en el mejor de los casos, como un testigo complaciente.

A partir de la sustitución inicial (Argentina por Uruguay), de la pérdida del orden pequeño-burgués (la mujer querida que queda en Buenos Aires), el narrador camina por los márgenes, se autoabastece, y pretende acceder a un mundo que no tiene acceso. El método es, hasta el fin, una y mil veces, reemplazar lo imposible por lo posible. Si no hay novia hay putas, si no hay conchas soñadas hay culos corruptos, si no hay carne hay arroz, si no hay "mujer ideal" hay actrices de cine (la imagen proyectada sobre una pantalla es el Gran Orgasmo, la Gran Muerte: si no se puede coger con Rita Renoir se puede en cambio con la Enana Chueca, una puta barata, y llegado el caso gratis), si no hay nombres para las mujeres imposibles hay animales para nombrarlas (loba, leona, gata), si hay deseo satisfecho hay un "deseo del deseo" que jamás será saciado, si no hay padre hay figuras paternas para sustituirlo (aunque sean homosexuales), si no hay hogar hay piezas de hotel, de quilombos, etc., si no hay identidad cierta (con nombre propio en el texto) hay una imagen especular (LooSanty) para monologar.

La propuesta narrativa de "Sólo ángeles" acepta explícitamente su propio reemplazo por textos del Inti Peredo, la Biblia, el Kama-Sutra, Paul Nizan, volantes, etc. Esta sustitución, reveladora de la incapacidad del protagonista de incorporar los, de hacerlos propios (desde que

su rol es pasivo), contiene la imposibilidad de traducirse a sí mismo esos lenguajes escritos, esos idiosmas que en definitiva le son tan extraños como los textos de una revista italiana (reproducidos, entonces, sin traducción para el narrador y para los lectores). Se trata de otros textos, otros idiomas, otro orden que, caóticos en apariencia, resultan indescifrables. No tienen, lisa y llanamente, traducción legible para el narrador. Como no hay traducción legible de las obras de teatro que protagoniza y que escamotea sistemáticamente. La irrealidad del teatro no merece mencionarse en una cosmovisión irreal, poblada de mujeres irreales y revoluciones eventuales.

*"Estoy huyendo. LooSanty me dice que la huida no sirve para nada. Le digo que a mí me sirve. Si yo no pudiera huir de vez en cuando me volvería loco."*

*Hay muchas formas de escapar. LooSanty se pone a hipar: —La que a mí más me gusta es la de ir al cine. Son los únicos momentos felices que he pasado y que no me traen recuerdos angustiosos. En el cine encontré todo. Solamente en la platea oscura, frente a frente con la pantalla, me he sentido alguien. He podido ser yo, con mis virtudes, con los sueños azules de mis deseos. ¡Mi dios! ¡cuándo aplicarás mis deseos? ¡cuándo podré satisfacerlos! No estoy implorando nada exagerado. Solamente una vez aunque más no sea. Para poder recordar toda la vida. Para poder tener una razón al levantarme todos los días".*

La novela de Medina o, mejor aún, el personaje de "Sólo ángeles", sustituye la represión pequeña-burguesa por la conciencia del deseo y de la enfermedad. Pero ese paso no es suficiente para redimirlo: la contemplación, la espera indefinidas, opuestas a la acción revolucionaria que el narrador se li-

mita a observar y contar, son, en cualquiera de los dos términos de la oposición, alternativas pequeño-burguesas, inconducentes, perversiones de una ideología que reemplaza la acción por una verbalización planífera, aunque el lamento psicótico pretenda parecer duro, inviolable, y no tenga otro remedio, ya en los límites, que descargarse en forma de culos rotos y putas golpeadas.

No hay otras respuestas. El na-

rrador las conoce a todas y elige siempre la misma: la que lenta pero seguramente lo lleve a un final que no lo encontrará asombrado: putas viejas, un mundo de locos y la muerte.

Después de todo, la enfermedad también es un orden y los ángeles miserables de la novela de Medina, tan inciertos y aislados como los ángeles bíblicos, terminan o empiezan por aceptarlos.

*cualquier cosa*

## 6 BIBLIOGRAFICAS

### Notas sobre Riestra, Gelman y el P. Jolis

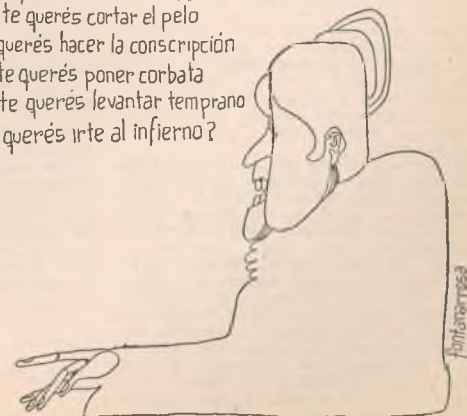
"A VUELO DE PAJARO", Jorge Riestra - Centro Editor de América Latina, colección Narradores de Hoy - Bs. As., 1972.

De Riestra son muy conocidos los relatos de ambiente —con más exactitud: los de cafetín—, a través de "Salón de billares" (1960) y "El taco de ébano" (1962). Esa es su primera época, la costumbrista, a la que sigue la filosófica, en donde la escasa di-

fusión que tuvo "La ciudad de la torre Eiffel" (1963) impidió que se tomara contacto con una singular pieza narrativa y, posiblemente, un jalón importante en el pensamiento del autor. Para compensar esta carencia, en el volumen "Principio y fin" (1966), Riestra exhibió un depurado estilo Faulkneriano, pleno de imágenes y con un acento de cronista nostálgico.

Será por eso de que —el mismo lo dice— la nostalgia es una bruma que no mata a nadie, en éste, el sexto libro de su producción,

que no soportas a los celadores  
que no te querés cortar el pelo  
que no querés hacer la conscripción  
que no te querés poner corbata  
que no te querés levantar temprano  
¿es que querés irte al infierno?



arrastra sus anteriores fases, agregando la observación de la realidad social y política.

"A vuelo de pájaro" el relato mejor logrado, combina tres situaciones que se allanean en un mismo tiempo, entrelazadas por algunos puntos de contacto y que evolucionan, resolviéndose más allá del final.

Este es el Riestra inédito, el que se asoma sin titubear tanto al plano estético como al social, sin que ninguno de los dos sufra merma alguna en su presentación.

Otros cuentos como "Composición de lugar", "Un viaje en taxi" y "Vernissage", no escapan del estigma de su generación, y es precisamente en el último relato donde se confiesa ese mal: "sonrientes viajeros al exterior, pavorosos destierros interiores".

Pero en Riestra, uno de los pocos autores de esa camada intermedia a punto de encontrar la salida que una lo literario a lo existencial, se descubre la categoría de narrativa argentina que armoniza con la marcha del sector nacional en transformación, no con el que se lamenta, aumentando así su ya añejo letargo.

S. W.

**"RELACIONES", de Juan Gelman - Ediciones La Rosa Blindada, Buenos Aires, 1973.**

Los poetas de Buenos Aires bucearon e intentaron a lo largo de años rejuvenecer o tomar los legados de Manzi, o Discépolo, y conformar una lírica popular, por supuesto no desvinculada del tango. Los resultados fueron algo más que tristes. Fue Gelman el que tuvo la particularidad de zafarse, ya sea por su profundización de Vallejo, cuya influencia es siempre positiva, o por darse cuenta a tiempo que los rascacielos y el cemento configuraban otra época, el progreso que aplastó al campadrito.

Gelman condimentó sus libros con cierto pesimismo o derrotismo, esto no legado de Vallejo pero sí de Homero Manzi y Discépolo, y su voz sonó a veces auténtica. Lo destacable es que es el que mejor supo llegar a la poesía social sin que ésta cayera estruendosa y estéril como la de sus compañeros de ruta.

Pero en este último libro no está todo salvado. Por supuesto que su capacidad (puede llamarse oficio) y un nombre y diversas publicaciones en el exterior (*Cólera Buey* en Cuba y *Los poemas de Sidney West* en España) le han dado cierta seguridad o afirmación, y son estas seguridades, quizá, sus falencias. Desde *Los poemas de Sidney West*, pasando por *Fábulas (casi ilegibles por sus piruetas experimentales)* hasta este último libro de poemas, sigue reiterando recursos, en este caso las repeticiones de preguntas y respuestas, casi monólogos. Así logra, en lugar de reforzar o destacar una imagen o hecho, sumergirlo en algo fangoso y diametralmente opuesto a sus intenciones.

Lo mismo sucedía en *Cólera Buey*, donde una selección más exigente hubiera logrado un excelente libro.

Nos damos cuenta releyendo a Gelman que su obra no da otra apertura que la anunciada al principio, y fastidia a veces su melancolía sin propósitos, más fatalista y venida que contundente.

Hugo Diz

**"ENSAYOS SOBRE LA HISTORIA NATURAL DEL GRAN CHACO", José Jolis - Edic. de la Universidad Nacional de Nordeste, Resistencia, 1973**

El conocimiento del pasado regional y de la cultura argentina durante la colonia se halla plasmado en la labor de muchos misioneros que recorrieron las entonces vastas soledades, pobladas de tanto en tanto por puñados de aborígenes, con tradiciones particulares y costumbres circunscriptas a ámbitos muy reducidos.

Lamentablemente una gran parte de la experiencia de los jesuitas se publicó en el exterior y a veces en otro idioma, razón por la cual un volumen como el presente resulta ser algo así como un codiciado incunabulo para la bibliografía nacional, a cuyo original tuvieron acceso sólo algunos eruditos de la categoría de Mitre o Furlong.

El decreto que en 1767 expulsó a la Compañía de Jesús española de los territorios de Indias, motivó que en su nuevo destino, la pequeña ciudad episcopal de Faenza, el P. Jolis redactara una monografía acopiando sus recuerdos misionales. El primer tomo de las mismas se editó en 1789, dejando la muerte del autor, al año siguiente, inconclusa la obra.

Esta, la única parte editada, está dividida en 7 libros y 55 artículos que contienen la descripción del Chaco, sus vegetales, los cuadrúpedos, los pájaros, los reptiles, peces e insectos; los indígenas de la provincia y, finalmente, una semblanza de las ciudades españolas que circundaban.

El propósito del autor, como lo indica en su prefacio, era corregir la desvirtuada imagen que se tenía en Europa acerca de las nuevas regiones y sus habitantes, considerados ambos como malignos.

Sin embargo, a pesar de la densidad e importancia de la obra como rica pieza de historia natural, hubo que esperar dos siglos hasta verla ahora formando parte de un catálogo editorial público y no como objeto de remate para coleccionistas, tal como ocurrió en 1965, en que el único ejemplar existente en el país se puso a la venta en forma particular.

S. W.

## DATOS SOBRE LOS AUTORES

**JUAN CARLOS MARTINI:** nació en Rosario en 1944. Fue director de la revista literaria "Setecientosmonos", y redactor del mensuario "Zoom". Publicó dos libros de relatos: "El último de los onas" (Galerna, 1969) y "Pequeños cazadores" (Centro Editor de América Latina, 1972) y uno de poemas "Derecho de propiedad" (El lagrimal trifurca, 1973). Tiene tres novelas inéditas, una de las cuales, de corte policial ("Agua en los pulmones") aparece pronto en Editorial Goyanarte.

**ROGELIO RAMOS SIGNES:** nació en La Rioja en 1949. Vivió mucho tiempo en Rosario. Actualmente trabaja y estudia en Tucumán. Colaboró en La Cachimba y El lagrimal trifurca. Tiene abundante obra narrativa inédita.

**LEONARDO ACOSTA:** escritor y músico cubano. En 1967 editó un volumen de relatos: "Paisajes del hombre". El artículo que incluimos fue publicado por la revista de Casa de las Américas en su número 77, integralmente dedicado a "Imperialismo y medios masivos de comunicación".

**SERGIO KERN:** nació en Rosario, vivió unos meses en Montevideo y actualmente reside en Buenos Aires, donde trabaja en una imprenta. Se destaca como dibujante. Realizó una muestra en nuestra ciudad en 1972.

**FANNY MOYA:** nació en Montevideo y vive en Buenos Aires. Dibuja y escribe poesía.

**ROBERTO FONTANARROSA:** nació y vive en Rosario. Comenzó a publicar sus trabajos humorísticos en el mensuario "Boom" y luego en "Zoom". Se ha impuesto como uno de los mejores humoristas de nuestro país. Publica regularmente en "Satiricón", "Panorama", Diario "Clarín" y "Hortensia", revista para la que creó dos originales personajes de historietas: "Inodoro Pereyra" y "Boogie el aceitoso".

Es también excelente diagramador y un reciente volumen ("Fontanarrosa se la cuenta", Ed. Encuadre, 1973) recoge la totalidad de sus relatos.

## EL AGUA EN LOS PULMONES

NOVELA POLICIAL DEL AFAMADO NARRADOR ARGENTINO

**JUAN CARLOS MARTINI**

*“Con esta novela, Martini transmite la violencia que no aparece a los ojos de los vecinos, a veces ni se revela en los Diarios, porque es la que ejercen los dueños del Poder Económico, sus sirvientes, o sus matones. Puede leerse —éste ha sido casi siempre el destino de la novela policial— como un pasatiempo; en realidad se trata de una crónica sobre la cara oculta de los “Negocios Legales”.*

OSVALDO SORIANO

Aparece en diciembre - Edit. GOYANARTE

### Casa de las Américas

REVISTA BIMESTRAL

Director: Roberto Fernández Retamar

G y Tercera - Vedado - La Habana - Cuba

### LA CACHIMBA

REVISTA DE POESIA

Dirigen: G. COLUSSI, J. ISAIAS y A. PIDELLO

Casilla de Correo 742 - Rosario - Santa Fe - Argentina

plaquetas de poesía **el lagrimal trifurca**

Director: FRANCISCO GANDOLFO

*Ultimos números: Homenaje a Alejandra Pizarnik*

*Plaqueta del Secuestro  
del amor*

*Próximamente: del combatiente  
de los clásicos*

TRIMESTRALMENTE LA MEJOR POESIA

# SUSCRIPCIONES

Común: Argentina: \$ 50.00

Extranj. 10.00 Dls.

5 números de la revista y 5 plaquetas

Solidaria: Argentina: \$ 100.00

Extranj. 20.00 Dls.

incluye el envío de los libros que publiquemos

Nombre .....

Dirección .....

Adjunto valor por \$ ..... a la orden de  
Francisco Gandolfo - Ocampo 1812 - Rosario - Argentina

## ediciones el lagrimal trifurca

### 1 - MITOS

poemas de Francisco Gandolfo

### 2 - ALGUNAS CRITICAS y OTROS HOMENAJES

poemas de Hugo Diz

### 3 - DERECHO DE PROPIEDAD

poemas de Juan Carlos Martini

### 4 - LA VENTANA

poema de Yannis Ritsos  
Traducción de Juan L. Ortiz

### 5 - ContraDicciones

textos y collages de Hugo Diz

Fuera de colección: **DE LAGRIMALES Y CACHIMBAS** (edic. conjunta con La Cachimba)

En preparación: **EL SICOPATA (versos para despejar la mente)** de Francisco Gandolfo

**OCAMPO 1812 - ROSARIO - ARGENTINA**

## Bajo las jubeas en flor

cuentos de **Angélica Gorodischer**

YA APARECIO

EDICIONES DE LA FLOR

# EDITORIAL ENCUADRE

- 1 - Ernesto **CHE** Guevara  
**La Revolución latinoamericana** (2a. ed.)
- 2 - Roberto Fontanarrosa  
**Fontanarrosa se la cuenta**
- 3 - Fidel Castro  
**El tercer mundo y el futuro de la humanidad**

### EN PREPARACION:

Erving Goffman: **ENCUENTROS** (dos estudios en la sociología de la interacción)

CRIST: el nuevo Cristianismo

H. Ciafardini, C. Cristián y E. Ferrer: En torno a la acumulación y el imperialismo

Claude Alzón: La mujer dominada y la mujer explotada

Rafael Ielpi y Héctor Zinni: Prostitución y Rufianismo

Hugo Diz: Secuencias de la lucha popular

Distribuyen: **Tres Américas, Libroimpex, Edidis.**



## HISPAMERICA

REVISTA DE LITERATURA

Director: SAUL SOSNOWSKI

En Buenos Aires: Cuenca 3719 2° - En U. S. A.: 4330 Hartwick RD., Apt. 608 - College Park - M. D. - 20740

LETRAS, ARTE, IDEAS EN LA

## CRISIS

Director: EDUARDO GALEANO

Pueyrredón 860 - 8° Piso

Buenos Aires

## NUEVOS AIRES

Casilla de Correo Central 1172

Buenos Aires

## EL CUENTO

División del Norte 521-106

México 12

## SANTIAGO

Revista de la Universidad de Oriente

Dpto. de Extensión Universitaria

Santiago de Cuba

## COMUNIDAD

Univers. Iberoamericana - Cerro de las Torres 395 - México



## EDITORIAL BIBLIOTECA

Departamento de Publicaciones de la Biblioteca Popular C. C. Vigil, Alem 3078 - Rosario.

### COLECCION ALFA

**Rubén Sevlever.** Poemas.  
(2ª edición) \$ 5,—

**Rafael Ielpi.** El vicio absoluto. Poemas.  
(2ª edición). \$ 5,—

**Lydia Alfonso.** Tiempo compartido.  
Poemas. \$ 5,—

**Jorge Conti.** El destierro. Poemas. \$ 5,—

**Martín Alvarenga.** Catarsis.  
Poemas. \$ 5,—

### COLECCION POETAS ARGENTINOS

**Francisco Urondo.** Del otro lado.  
Poemas. \$ 9,—

**Francisco Madariaga.** Los terrores de la suerte. Poemas. \$ 6,—

**Hugo Gola.** El círculo de fuego.  
Poemas. \$ 6,—

**Rodolfo Alonso.** Hago el amor.  
Poemas. \$ 9,—

### COLECCION HOMENAJE

**José Pedroni.** Obras completas.  
2 tomos. \$ 40,—

**Juan L. Ortíz.** En el aura del sauce.  
3 tomos. \$ 59,—

# LOS BEST-SELLERS DE BAUEN



## LA NOCHE QUE ME CAÍ POR EL INCINERADOR

Victorino Alvarez



Tras merodear con singular éxito por el sinuoso mundo de la ficción ("El calefón embalsamado", "Nosotros, los sanitarios") Victorino Alvarez, torna, tozudo, al género que le deparara sus mejores laureos; el del misterio-policial.

El sutil manejo del suspenso, el hábil escamoteo de las situaciones y, esencialmente, la cuidadosa dosificación de la angustia que ya habían despuntado en "Ascensor para el vestíbulo" se concretan rotundamente, en esta nueva entrega de ediciones Bauen.

Agrega, ahora sí, ciertas incursiones supuestamente autobiográficas entrelazadas con la aguda trama donde Helmut Pirulen, severo y diestro oficial de la marina germana, se ve, de pronto, rebajado a simple oficial media cuchara.

El libro está solidamente cimentado, sin fisuras, y lleva al lector, acompasadamente hasta un desenlace (el de la escena que tra título a la obra) verginesco, tal vez oscuro y eminentemente caldeado.

Un libro que no debe faltar en su biblioteca si usted tiene predilección por este género y mucho más, si usted tiene biblioteca.



## EL ENCOFRADO DEL PIRATA

Mario Eduardo Schujman

La literatura infantil, cuenta, en Schujman indudablemente, con uno de los más puros y versátiles generadores de su magia.

Dejando de lado algunos intentos meramente didácticos ("Pequeño gran arquitecto", "La casa de mis viejos", "Jugando con la cal viva") Schujman arremete al fin decididamente al maravilloso mundo de la fantasía aventurera. "El encofrado del Pirata" narra, como al descuido las divertidas andanzas de un grupo de albañiles a través de una isla que desconocen, de la cual no tienen planos, ni escrituras, ni boletos de compra venta lo que los induce a obrar con extrema mesura.

Lo maravilloso del libro es que toda esta cristalina historia, es narrada a "Chusm" (un niño en el que no es difícil reconocer al propio Schujman) por un singularísimo personaje que no es otro que un portero eléctrico. El libro, a prueba de infantes, viene encuadernado en azulejos lavables, impreso sobre telgopor, elemento que actúa como aislante ideal de la realidad.

## MENSULA MENSULA

David Solomonoff

Sin pecar de exigentes, suponemos, que desde "La dama de las bigornias", este exhaustivo escritor soviético, no había logrado un éxito como el que ahora lanza ediciones Bauen.

No por simple; la narrativa es menos detonante y todo obedece a un cuidadoso andamiaje, a un depurado estudio y cálculo de las tensiones. La voluble vida de Florencia (con reminiscencias de "Viguetta, una mujer inolvidable") empujinada en vivir dentro de una mezcladora de cemento, puede confundir al lector poco advertido, que se ve sacudido, convulsionado, vibrado ante situación tan misturada y coaligante.

Pero para la finalmente cándida Florencia, con una límpida base intelectual, casi una imperceptible pátina al latex, llegará irrevocablemente, el día (o la noche) donde caerá su artificial revoque y accederá a la fecha de entrega, con suave resignación y también, regañita alegría.

Mensula Mensula es para iniciados, para aquellos adiestrados en la comprensión del ambiente que suele crear este narrador moscovita, ambiente que con un pequeño desembolso mayor de captación puede convertirse en dos ambientes: cocina y baño.



## DEL HORMIGÓN ARMADO Y OTRAS BELIGERANCIAS

Enrique Goldberg (Ensayo)

Para aquellos que leyeron y estudiaron "Implicancias en la cultura pre colombina del hierro en U...", "Sinfonía en Portland" o bien "Juan Moreira y el empujado bagual", acceder a este nuevo estudio del cibernético escritor rumano es casi una imperiosa necesidad. Goldberg, con una pequeña entrega inicial (prólogo) va dejando vislumbrar, en cuotas accesibles al lector, una entrega final exacta donde los detalles de terminación incluyen desde el capítulo "Por qué el granítico no debe tocarse con los dedos", hasta "Didáctica y apología del ladrillo hueco" donde Goldberg agota sus argumentos en procura de demostrar como dentro del aparente vacío del ladrillo habita un temperamento sólido y a veces, separatista.

El libro tiene tapas de adobe (rústica), y mantiene a pesar de la frialdad matemática, una cierta calefacción central.

No debemos olvidar, que ya con anterioridad trabajos de Goldberg han sido citados en la revista noruega de decoración "Taperah" y la muy conocida publicación alemana "Der ranchen".



el lagrimal triturca / nro. 9 / rosario / oct.-dic. 1973



**BAUEN**  
arquitectura s.r.l.

3 de febrero 371 Te 23752

arquitectos

Alvarez / Goldberg / Solomonoff / Schujman