



Cronistas coloniales

Fuentes primarias para la historia y
para el periodismo

Lic. Lupe Cajías de la Vega¹

Resumen

Este trabajo recorre formas y contenidos de cuatro crónicas escritas entre los siglos XVI y XVIII por dos conquistadores españoles y dos criollos, impresionados por los viajes que realizaron, las guerras que enfrentaron y asombrados por la geografía inconmensurable del Nuevo Mundo. Los autores, a pesar de escasos conocimientos universitarios, narran escenas que anteceden al realismo mágico que caracterizó a la literatura latinoamericana durante el “boom” del Siglo XX. Describen ríos, mares, montañas y pantanos como parte de lo imposible; o persiguen a la fuente de la juventud como el objetivo de una larga travesía. Además, las crónicas citadas reportan asuntos que han inquietado al continente desde hace 500 años y que siguen como titulares en la prensa moderna: la tenencia de la tierra; la situación de los indígenas; la difícil interculturalidad; las instituciones caóticas; la falta de justicia, los excesos del amor, el mestizaje como un torrente y las eternas luchas civiles. Estas crónicas son fuentes primarias de información, usadas por historiadores y por literatos, pero poco conocidas por los periodistas.

Palabras clave:

Crónica histórica, periodismo literario, colonia, fuentes primarias.

¹ CAJIAS, LUPE (La Paz, 1955) es periodista, historiadora y autora de 17 obras que van desde el análisis de los contenidos en medios de comunicación a las biografías de personajes históricos del Siglo XX y a narrativa de ficción sobre mujeres en las luchas sociales. Es columnista en los principales periódicos bolivianos y colabora con revistas especializadas. Fue presidenta de la Asociación Nacional de Periodistas (ANP) y dirigente sindical de la prensa, activista de Derechos Humanos y Delegada Presidencial Anticorrupción. Es catedrática en la UCB y en post grados de periodismo. Ha dado conferencias en países de Europa, Estados Unidos y América Latina; y fue invitada por más de 20 países, incluyendo China y Corea.

I. Introducción

El periodismo latinoamericano moderno olvida, con demasiada frecuencia, que su origen se remonta a las crónicas escritas por arcabuceros, por curas o por curiosos que llegaron durante el Siglo XVI, junto a las carabelas, los cañones y la Virgen de las Mercedes.

Aunque notables estudiosos, como el premiado Luis Ramiro Beltrán, consideran que los precolombinos quipus incaicos son los abuelos más remotos del periodismo de Abya Yala, este trabajo se limita a revisar algunos ejemplos de cronistas españoles y criollos, pues son esos escritos los que marcan líneas y asuntos que siguen preocupando a los modernos rotativos.

No todas las crónicas fueron publicadas a tiempo y pocas circularon de forma masiva y en algún caso, como la famosa “Nueva Crónica y Buen Gobierno”, de Felipe Guamán Poma de Ayala, permanecieron engavetadas por siglos. Otras crónicas fueron escritas en la etapa de la colonización hasta los estertores del Siglo XVIII, pero por sus características –como se verá en todo este trayecto– cumplen requisitos para ser parte de los autores que serán citados.

Este resumen no toma en cuenta a Fray Bartolomé de las Casas, pues sus reflexiones tienen más el formato de ensayos sociales o teológicos; son más alegatos con denuncias sobre los sufrimientos indígenas que crónicas informativas.

El objetivo de este recorrido es:

- a. Las crónicas como germen de la literatura y del periodismo literario.
- b. Evaluar temáticas informativas de ayer y de hoy.
- c. Las crónicas como fuentes primarias.
- d. Analizar algunos ejemplos.

II. De asombros, gustos y alucinaciones

Era costumbre desde las primeras expediciones de conquista, contar con músicos y escribientes acompañando a la infantería. Los primeros historiadores, también los narradores/literatos, son aquellos que dejaron testimonio de las epopeyas, los héroes y sus amantes.

Desde el primer viaje de Cristóbal Colón, a mediados de 1492, tanto el navegante como sus auspiciadores reales, contrataron en la tripulación a un cronista que apuntara los hechos. Escritos que se complementan con el propio diario de Colón que anota jornada a jornada recorridos y sorpresas que pueden ser leídos como noticias actuales.

Sólo cambia el formato, de papeles amarillentos al intangible Internet, pues los asuntos son casi siempre los mismos.

Los cronistas consignaron con sus plumas urgentes los detalles de la geografía- el lugar-, cada vez más asombrados porque la bravura de las olas, la densidad de la floresta o el tamaño de las montañas excedían con largueza todo aquello que conocían y por ello escribían tan afectados como lo haría hoy un reportero acompañando un viaje a Marte.

Después llegaron los sustos, cuando conocieron a los protagonistas, a esos “quiénes” que pasaron de la amabilidad inicial a responder con envenenadas flechas a la violencia europea. Los cronistas aún en su reproducción no neutral de esos primeros choques, nos dan elementos para entender la dificultad de escribir sobre “el otro” y para entender un mundo “nuevo”, densidad que tampoco el periodismo moderno logra superar.

Los tiempos de unos y de otros eran diferentes. Una data, 12 de octubre de 1492, no tenía ninguna relación con los ciclos acumulados en el calendario maya o en las observaciones astronómicas realizadas a lo largo del continente, sea desde Copacabana, Cuzco o Chichen Itza. Entonces, los tiempos, las fechas, que pusieron los cronistas, son “sus años” y no las marcas climáticas que apuntaban los sacerdotes aztecas entre los equinoccios, los solsticios o los eclipses.

Esa construcción de tiempos diferenciados, a veces paralelos, a veces contradictorios, acompañó durante siglos, las noticias locales, desde la siembra más sencilla hasta la complejidad de una visión del mundo. Es un ejemplo muy útil para comenzar a de-construir la imposibilidad de compaginar las urgencias de unos con la calma de otros.

Ese “cuándo” de las crónicas ya nos anuncia las distancias entre los que llegaron y los que habitaban el continente. Quinientos años después, los periódicos registran problemas en la implementación de proyectos carreteros, por ejemplo, porque los apuros de un modelo de desarrollo, “progreso”, no son los mismos de otra idea de la felicidad.

Los mayores tropiezos de los cronistas se dieron cuando intentaron registrar ese “qué” y ese “cómo”. Sus esfuerzos alcanzaron en algunos casos a mostrar un panorama mayor y son las crónicas imprescindibles para el nacimiento del periodismo latinoamericano, con sus fortalezas y con sus debilidades.

Uno de ellos, guerrero y escritor, Álvaro Núñez Cabeza de Vaca, es un ejemplo de ese asombro ante la inconmensurabilidad del paisaje, del miedo a lo desconocido y, a la vez, un relato pionero sobre las plantas con poderes mágicos que provocaban alucinaciones diabólicas. Los cronistas de esas centurias ya se preocuparon por las drogas, por la coca, por el peyote, por las adormideras que hasta hoy ocupan titulares en nuestra moderna televisión.

III. Bernal Díaz del Castillo y la conquista de la Nueva España

Bernal Díaz del Castillo es autor de “Historia Verdadera de la Conquista de la Nueva España” y durante siglos se lo consideró como una fuente genuina para entender los primeros años de la conquista y, sobre todo, las gestas de Hernán Cortés.

Sin embargo, en el último medio siglo la confiabilidad en esa fuente primaria es cada vez más cuestionada. El historiador belga Michel Graulich señaló que el cronista no duda en mentir y en inventar para sustentar sus “reportajes”, con el objetivo de justificar a los conquistadores, sus métodos, su crueldad. Por su parte, el francés Cristian Duverger cree que el verdadero autor fue el propio Hernán Cortés.

Es importante para los estudiantes de periodismo, para los periodistas en ejercicio, comprender la necesidad de analizar todas las fuentes de información, aún aquellas que se consideran de primera mano (según las herramientas de la historiografía), para mantener una actitud crítica permanente.

Díaz del Castillo era un joven español veinteañero cuando llegó al Nuevo Mundo en 1514, poco letrado y pobretón, como muchos de sus compañeros. Estuvo en las expediciones de Pedro Arias, en el istmo de Panamá, vivió en Cuba y participó también junto a las travesías de Francisco Hernández de Córdoba, que llegaron a tocar las costas de Yucatán y lo que sería la Nueva España. En 1519, junto a Hernán Cortés, ingresó al núcleo del imperio azteca. Años después, aprovechando su buena memoria, escribió en Guatemala sus recuerdos de aquella conquista.

Aunque el título de “verdadera” historia puede ser cuestionado, es indudable que estos escritos son fundamentales para entender la historia mexicana y

centroamericana y la construcción de aquellas administraciones que habrían de convertirse en naciones en el Siglo XIX.

Como apunta el historiador boliviano Gabriel René Moreno en relación a los primeros periódicos republicanos, la prensa “aún en su mentira, dice la verdad”; frase que ilustra al periodismo actual y también comprende a esos primeros cronistas. Aún en su mentira, en su justificación de los hechos, dan información que permite acercarnos a la verdad.

En el prólogo a la edición actualizada de 1943 se resumen las características de esta crónica que destacamos porque son apreciaciones válidas: la crónica como pieza literaria; las capacidades para la descripción; el empleo de datos duros; la intervención del autor/periodista como testigo de la historia.

La “Historia verdadera de la conquista de la Nueva España” es uno de los libros más notables de la literatura universal. Testimonio de valor único, por su amplitud y precisión, sobre los hechos de la Conquista, añade a su valor histórico la extraordinaria fuerza del relato, el vigor que irradian sus páginas, que nos acercan, como pocos autores han sabido hacerlo, a los hechos que narran.

Es una soberbia epopeya en prosa, un relato de empresas sobrehumanas, cuyo mérito máximo estriba en la sencillez misma con que su autor las cuenta. Pocas experiencias hay en la historia de la humanidad tan notables como la llegada de los españoles de Cortés a la capital azteca. Hasta entonces, hasta 1519, no se realiza el sueño de los descubridores: ciudades inmensas, riquezas fabulosas, vastos imperios. Lo que le había sido negado a Colón y a sus acompañantes, ávidos buscadores de los tesoros de Oriente, que no ocultaban su decepción ante la vida rudimentaria de los habitantes de las islas, se les otorga a Cortés y a sus hombres.

“No sé cómo lo cuente, ver cosas nunca oídas, ni vistas, ni aún soñadas, como veíamos”, escribe Bernal. Y sí sabe contarlos. Tiene el don único de saber narrar, de tener una memoria vital tan rica, que evoca sin esfuerzo recuerdos lejanos y les da animación insuperable con la pluma. Su obra es la base de casi todo lo que sabemos de la Conquista. Elogiándole o denigrándole, todos los autores que vinieron tras él se han servido de aquella para elaborar sus propios relatos.

Son certeras las palabras del ilustre historiador mexicano Luis González Obregón, autor de un bello estudio sobre Bernal Díaz.

Abiertas las páginas de la Historia verdadera —nos dice—, no se leen, se escuchan. Antójase que el autor está cerca de nosotros, que ha venido a

relatarnos lo que vio y lo que hizo; y su mismo estilo burdo semeja al de un veterano, a quien perdonamos las incorrecciones de lenguaje para sólo oírle los sucesos llenos de interés en que ha sido testigo y actor.

El libro, como todas las grandes obras maestras, es tan rico de contenido y tan fértil en sugerencias, que sólo señalaremos aquí a grandes rasgos algunas de las características de él y de su autor, que esperamos sirvan para una mejor comprensión del texto.

Si en algún caso resulta arbitraria la distinción usual entre el autor y su obra, es en el caso de Bernal Díaz del Castillo. Autor y libro son inseparables.

La vida de Bernal es esencialmente lo que en el libro se narra. Los datos que acerca de él poseemos se encuentran casi todos en su historia, con la excepción de algunos documentos sueltos, que nada modifican.

Nace Bernal Díaz hacia 1495 o 1496 en Medina del Campo, ciudad castellana, famosa por sus ferias. De familia modesta, escasa de recursos, se le ofrece en sus años mozos la gran aventura de aquella generación: el viaje a las Indias recién descubiertas.

Viene Bernal a tierras de América en 1514, con la expedición de Pedrarias Dávila. Toma parte en los viajes de descubrimiento de Hernández de Córdoba y Juan Grijalva. Luego sigue a Hernando Cortés en su conquista a la Nueva España.

No vale la pena trazar en detalle sus pasos. Nadie mejor que él es capaz de hacerlo. Por eso hemos de limitarnos a algunas observaciones sobre su carácter.

Bernal Díaz es hombre de condición humilde, cuya vida hubiera sido oscura de no presentársele la gran peripecia de la conquista de un mundo nuevo. Es la persona que se siente llamada a escribir por el volumen de los hechos en que ha participado. Todos hemos llevado un diario en nuestra juventud, cuando creíamos sinceramente que nuestra experiencia tenía valor único y excepcional, cuando descubríamos nuestro propio mundo. Raros son los diarios de este tipo que, releídos más tarde, no van a parar al cesto de los papeles.

Pero Bernal ha tenido la rara oportunidad de descubrir un mundo auténtico y de sentirse con fuerzas para narrar la hazaña. Lo más extraordinario es que, siendo hombre de escasa cultura libresca, no tiene

—afortunadamente— modelos literarios que imitar y se hunde de lleno en el relato de los hechos en que ha tomado parte. Lo que constituye para nosotros el mayor encanto de su libro es que sea totalmente incapaz de selección, de distinguir entre lo esencial y lo que no lo es, y así lo cuenta todo, absolutamente todo, dándonos en su historia esa riqueza de vida auténtica que nos hace asistir con él a la marcha del puñado de hombres que conquista las tierras mexicanas.

Bernal no escribe por el placer de escribir. Nada de eso, se da bien cuenta de su falta de cultura, que incluso le preocupa demasiado, pues nada precisaba aprender hombre tan magníficamente dotado como él para la observación y la narración de los hechos. Tiene que vencer un esfuerzo, una repugnancia para tomar la pluma. ¿Por qué escribe su historia?

Bernal y los demás españoles que llevan a cabo la Conquista pasan a América “por servir a Dios y a Su Majestad, y dar luz a los que estaban en tinieblas, y también por haber riquezas, que todos los hombres comúnmente veníamos a buscar”. Servir a Dios era aumentar la cristiandad y ayudar a la conversión de los infieles idólatras. Servir a su Majestad era procurar que se acrecentaran sus dominios y se enriquecieran las arcas reales. Ésta era una base firme como la roca, pues nunca habrán estado los sentimientos católicos y monárquicos tan arraigados como en las mentes españolas del siglo XVI.

Pero ¿y la obtención de las riquezas? Aquí sí que había libre campo para la iniciativa individual y para las pugnas de toda índole. La avidez de riquezas, que dio lugar a los episodios más deplorables de la Conquista, a todo género de crueldades y malos tratos con los naturales, esa avidez que hacía creer a un soldado que las paredes bien blanqueadas de un poblado indígena eran de plata, tiene un representante típico en Bernal.

Si en el ejército de Cortés hay divisiones, no deja de decirnos que las motiva la situación económica de los soldados. Quienes tenían en Cuba tierras, minas o indios, querían volverse. Quienes nada poseían, querían seguir adelante, para buscar la vida y su ventura. Se jugaban las vidas en un trágico juego de azar del que esperaban obtener de golpe la riqueza, para ellos y sus descendientes, la riqueza que les librara del trabajo, entonces considerado denigrante.

De aquí que ocupen tanto espacio, en el libro de Bernal, los pleitos sobre el reparto de indios y de metales preciosos, que veamos a Cortés resolviendo las dificultades de gobierno a fuerza de sobornos —con los hombres de Pánfilo de Narváez, con Andrés de Tapia, con sus propios compañeros—.

Es así la manera que tiene Bernal de enjuiciar a los principales personajes del drama, según que fueran más o menos “francos”, más o menos dadivosos. Moctezuma le deslumbra por su esplendidez, y se aprovecha de ella para pedirle mantas y una india. La muerte de Cuauhtémoc le apena porque, en el terrible viaje a las Hibueras, le había prestado indios que le buscaran hierba para su caballo. Los grotescos magistrados de la Primera Audiencia encuentran disculpa ante sus ojos porque eran muy buenos con los conquistadores, es decir, porque les daban indios en cantidad, para lo cual herraron a tantos por esclavos que el mismo Bernal confiesa que la tierra estuvo a punto de desplomarse.

¿Y Cortés? Según Bernal, no es generoso con sus compañeros. Siempre toma del botín la parte del león. Por eso Bernal tiene hacia él la actitud del criado viejo, que no podría vivir sin su señor, pero al que no pierde ocasión de censurar. Obsérvese en las páginas del libro la admiración que Bernal siente por su jefe, cómo habla de sus virtudes militares, su valor, su tenacidad, el ser siempre el primero en los trabajos y peligros; pero no se porta bien con sus compañeros. Quiere arrebatarles su parte de gloria y su parte de botín. Bernal mira de reojo a Cortés y a todos los que van a España en busca de mercedes, y siempre se considera postergado; aunque su situación no sea precaria, ni mucho menos.

Él, que tanto había reprochado al grupo partidario de volverse a Cuba, una vez conquistado México no tiene más ambición que la de obtener buenas encomiendas, alardeando de formar parte de los conquistadores primitivos, y reniega cada vez que se le ordena participar en nuevas empresas, como ocurre cuando el viaje a las Hibueras.

En Bernal hay un enigma. ¿Por qué no consiguió ascender más en la jerarquía militar? El título de capitán se lo concede a sí mismo graciosamente, y por todo su relato vemos que no pasó de soldado de a pie, al que ocasionalmente se le dio el mando de grupos de soldados que no tenían misión mayor que la de buscar comida o encontrar un camino en la selva tropical.

¿Qué pasa con él? Sin duda tenía más cultura y más inteligencia que la mayoría de sus compañeros. Y si no fuera por su libro, nada sabríamos de su persona. ¡Qué diferencia, no ya de un Cortés, sino de un Sandoval, un Alvarado, un Olid, un Andrés de Tapia y de tantos otros! Bien vemos por su relato, en especial en el caso de Sandoval, que partían de la nada, y que su encumbramiento era hijo de sus obras. ¿Habría en Bernal algo que lo incapacitara para mandar y que no conocamos? ¿Quiso alcanzar con la pluma el puesto destacado que no logró con la espada?

Su deseo de gloria y de inmortalidad iguala casi a su ansia de riquezas. No pierde ocasión de situarse en primer plano en su relato, en momentos en que no hay la menor duda de que miente. Véase lo que dice del desastre de la calzada, cuando los mexicanos arrojaban a los distintos reales las cabezas de los españoles muertos y Bernal hace figurar la suya entre las que los aztecas identifican. Cuando el licenciado Luis Ponce de León interroga a Cortés sobre su conducta, no se olvida de preguntar por Bernal Díaz.

Esta ambición de notoriedad de Bernal, este deseo de gloria y riquezas, este sentirse de continuo postergado e insatisfecho, es lo que mueve su pluma. Su libro es una desmesurada relación de méritos y servicios, un memorial de las batallas en que se ha hallado, según él le llama. Y para destacar su personalidad tiene que elevar de nivel la de todos sus compañeros. Cortés se nos aparece en sus páginas como la criatura de una camarilla, que le lleva y le trae y le hace tomar decisiones contra su voluntad.

Contra esta actitud ha de precaverse el lector que no esté versado en la historia de la Conquista. La parte de Cortés en la empresa es muy superior a la que Bernal le reconoce. Su mayor mérito es el haber bregado con la banda de aventureros que le seguía, de miras mucho más limitadas que las suyas, y haberlos conducido a la victoria; el querer superar siempre su propia marca, y, conquistado México, lanzarse a nuevas expediciones, como la de las Hibueras y la de California; pero la gloria tiene su precio. Y hasta la energía de Cortés se derrumba después de la expedición a Honduras, en que presenta todos los síntomas de lo que hoy llamamos el *breakdown* nervioso: pérdida de peso, insomnio, angustia y, sobre todo, un miedo y una repugnancia terribles a volver a su ambiente habitual, a reingresar en su propia vida, su oposición desesperada a volver a la Nueva España.

Fuera de este momento de desánimo, la entereza de Cortés, su rango superior, su papel señero en la empresa, campean en las páginas de Bernal, a despecho de las censuras que le dirige. Sus compañeros eran hombres de excepción, si se quiere, pero lo eran gracias a él. ¡Qué triste espectáculo da el México conquistado cuando Cortés desaparece de la escena o cuando se le restan poderes desde España! ¡Qué inmenso es su ascendiente sobre sus compañeros y sobre los indios!

Sobre los indios de preferencia. Desde un principio Cortés sabe imponerse a ellos en la paz y en la guerra, con aquel instinto seguro que le hacía aceptar lo más extraordinario como cosa común y corriente. Utiliza las profesías existentes entre los indígenas: la llegada de Oriente de seres superiores que habían de subyugarlos. Extrema la justicia en sus tratos con ellos, hasta

el punto de que a él acuden siempre, y que su gran prestigio es visto con desconfianza desde España y constituye uno de los motivos de su rutina.

Los indios no son para Bernal un objeto de curiosidad, como lo serían para un moderno. Son un objeto de salvación. Hay que sacarlos de la idolatría y los vicios en que viven sumidos, esclavos del dominio, para levantarlos al plano superior de la religión y la ética cristianas. Bernal, buen soldado, sabe apreciar la lealtad de los de Tlaxcala, el tesón magnífico de los defensores de Tenochtitlán. “No se ha hallado generación en muchos tiempos que tanto sufriese la hambre y sed y continuas guerras como ésta.”

No es la nota heroica la única que se oye en las páginas de Bernal. Sabe manejar la ironía y la burla con enorme soltura. Sus blancos predilectos son los soldados que pasan a la Nueva España después de Cortés y sus compañeros. Son cobardes e ineptos, no saben combatir con los indios. Modelo de ironía y de gracia es el relato de las expediciones de Rodrigo de Rangel.

Los méritos que podríamos llamar literarios –para entendernos de algún modo– no son los únicos del libro. Su valor histórico es muy grande. No se tiene hoy ya a Bernal por autor de veracidad indiscutible, pero sí mantiene su rango de hombre sincero y deseoso de decir la verdad. Además, su ingenuidad permite señalar muy bien cuándo deforma algún hecho.

Para él, la historia es el testimonio de las acciones que se han visto y en las que uno ha participado. No los pájaros ni las nubes, dice, sino los soldados que han tomado parte en las batallas, son los llamados a relatarlas. El cuerpo de su historia está formado por su experiencia personal y tiene siempre cuidado escrupuloso en indicar de dónde ha tomado sus datos cuando él no se encontró presente. Esto lo vi en una carta. Aquello me lo dijo un soldado. En esta precisión es muy superior a la mayoría de sus contemporáneos.

Bernal debió trabajar largo tiempo en su libro. Testimonios anteriores a 1557 nos indican que lo tenía empezado. En 1563 lo daba por concluido ya. En 1568 lo pone en limpio. En realidad, no lo concluyó nunca. No veía de un modo claro la manera de darle fin.

Una copia que había remitido a España antes de 1579 fue utilizada por un fraile mercedario, el padre Alonso Remón, para su edición de la Verdadera historia, publicada en 1632 -Bernal ya había muerto en 1584, según los datos más recientes, sin ver impreso su libro.

La edición de Remón ha sido censurada con exceso. Salvo algunos añadidos, con los que quiso aumentar la gloria del padre Olmedo, mercedario que forma parte de la expedición de Cortés, el texto es perfectamente fiel, con leves retoques al borrador de Bernal, que hoy conocemos.

Este borrador, que se conserva en Santiago de Guatemala, donde Bernal murió, es el que ha servido de base para todas las ediciones recientes, hechas según la publicada por Genaro García en 1904.

Puede decirse, sin exagerar mucho, que el texto primitivo de Bernal forma un solo párrafo. No sabía puntuar y escribe de un tirón (Prólogo a Díaz del Castillo, 1943).

Como el propio autor narra, de 500 expedicionarios quedaron cinco con vida; él escribió su crónica a los 84 años y, al parecer, usó su memoria y también los relatos de otros compañeros. Es destacable su consciencia de dejar por escrito lo que vivió porque ya sabe que esos días de angustias y guerras, de los primeros mestizajes biológicos, y de las audiencias o cabildos no son sólo su historia personal sino parte de una historia colectiva.

El moderno periodista, sobre todo el corresponsal de guerra –pero no sólo él–, entiende cada vez con mayor convencimiento que su reportaje no es únicamente la materia prima para el titular del periódico donde trabaja y que apenas tendrá vigencia 24 horas; al día siguiente será desechado para una nueva noticia y será sepultado por otros conflictos. Sin embargo, es a la vez será fuente primaria para un historiador del futuro.

Por ello, el periodista que une a su aprendizaje de comunicador, la formación de historiador, asume la ética de un trabajo más cuidadoso. No puede perder por el apuro, la necesidad de reflexionar sobre su actitud frente a la “verdad”, o, por lo menos, a la aproximación a esa verdad.

La crónica de Díaz de Castillo fue concluida en 1575 y circuló inicialmente como manuscrito, incluso se sospecha de plagios y de cambios introducidos por algún desconocido. En 1632 fue publicada por primera vez y desde entonces es pieza fundamental para la historia de la conquista y para conocer los detalles, así sea de segunda mano –de la mano de un conquistador–, de la vida de los aztecas y de sus diferencias con otros pueblos del norte americano.

IV. Alvar Núñez, Cabeza de Vaca

La crónica “Naufragios” de Álvaro Núñez, Cabeza de Vaca, mereció durante décadas la reflexión de historiadores y de literatos e inclusive fue base para una laureada película mexicana en la década de los años 90 (Nicolás Echevarría) y también es obra muy citada por los estudiosos del origen de las drogas y sus primitivos usos (Escohotado, 1994). No ha merecido igual atención por parte de los periodistas o de los catedráticos en las facultades de comunicación. Sin embargo, es un texto fundamental para conocer la visión pionera de un reportero que se enfrenta a los límites del lenguaje convencional para contar lo que ve y sus fantásticas experiencias como brujo en una tribu.

Álvar Núñez, Cabeza de Vaca, hidalgo nacido probablemente en 1490 en España, fue desde su juventud un soldado en diferentes campañas dentro de Europa. En 1527 se alistó como expedicionario al mando de Pánfilo de Narváez, quien quería conquistar la Florida (actual estado de Estados Unidos de América). Además, ansiaba encontrar la Fuente de la Juventud; éste no es un detalle menor y nos indica el rol de lo fantástico en las gestas y en las narraciones que desde el principio rodearon a América Latina.

Es difícil imaginar en nuestro siglo de miedosos, a un grupo de jovencitos embarcados en frágil nave para descubrir un mito. El realismo mágico no nació con el “boom” de los años sesenta en el Siglo XX, sino entre los cronistas/ guerreros. De los iniciales 600 tripulantes, sólo un puñado llegó a las costas y emprendió un recorrido imposible por pantanos y bosques en busca del oro. Enfrentaron a más de 20 diferentes pueblos nativos y a indígenas que Cabeza de Vaca describe como gigantes y certeros arqueros.

Los huracanes de la temporada, vientos que sólo existían para esos europeos en la mitología antigua, el canibalismo entre los naufragos, lluvias bíblicas; al final la prisión de los últimos 15 en manos de los caranguanas. Durante seis años, Álvaro convivió con ellos y no sólo aprendió sus usos y costumbres, su cultura, sino que combinó sus conocimientos médicos europeos con el chamanismo.

El lector de “Naufragios” o el espectador de la mencionada película sospecharán que asisten a un embuste, pero el cronista se limita a reflejar su propia historia. Más tarde, Cabeza de Vaca estuvo en otras expediciones más al sur y por ello también está relacionado con la conquista de actuales tierras argentinas, paraguayas y el sureste boliviano.

Además de su vida fabulosa, el relato interesa porque contiene elementos en la forma y en el fondo que podemos analizar en reportajes modernos, sobre todo en el subgénero del periodismo non-fiction.

De los muchos estudios, seleccionamos el resumen de la especialista argentina María del Pilar Ríos (2010), quien escribe:

“‘Naufragios’ de Alvar Núñez Cabeza de Vaca es un texto fundamental para los estudios de la conquista de América. Esta obra nos pone no sólo frente a una nueva mirada y concepción de ese ‘nuevo mundo’ y sus habitantes; sino que, además implica una toma de conciencia del poder que tiene la escritura como hecho generador de nuevas acciones. A diferencia de otros textos del proceso de conquista de América, en ‘Naufragios’ se convertirá, mediante la escritura, una expedición fracasada, de acuerdo al objetivo original de la misma, en un gran éxito para la corona española y para su proyecto de colonización.

Esta travesía no significa solamente un traslado geográfico, sino también un cambio de metas y objetivos; un paso de una cultura a otra; en definitiva, una traslado de un yo y un nosotros a otro distinto. Por esto, en este trabajo analizaremos la manera en que ese sujeto se va construyendo, puesto que, de acuerdo a su participación en esta expedición y a los distintos actos realizados con el fin de sobrevivir, el modo de construirse en el relato irá variando.

‘Naufragios’ de Alvar Núñez Cabeza de Vaca (1982) es un texto central en los estudios coloniales. Los sucesos narrados en esta fracasada expedición (teniendo en cuenta sus objetivos iniciales) nos permiten apreciar no sólo un cambio en la visión y representación del Nuevo Mundo y sus habitantes, sino también el poder que tiene esa escritura. Es importante destacar que su autor necesitaba justificar el fracaso de esa empresa, es decir, mostrar que, aunque no pudieron llevarse a cabo las tareas encomendadas, se realizó otro tipo de obras que favorecieron al reino. De este modo, Alvar Núñez pudo presentarse, a los ojos del rey, como un buen servidor, ya que, además, su objetivo último era conseguir el favor real para una nueva expedición al Nuevo Mundo. Es esto lo que llevará a Silvia Molloy a hablar de la obra como un ‘hecho de letras’. ‘Los Naufragios no son la relación exaltada de una hazaña victoriosa; son, en cambio, la historia de un fracaso cuyo signo negativo busca borrar con la escritura. El propósito no cumplido de la expedición -conquistar y gobernar- es reemplazado positivamente por otro, que es una hazaña retórica: informar y convencer’ (Molloy, 1987, p. 425).

Por esto, considero fundamental distinguir la manera en que ese sujeto se va construyendo, puesto que, de acuerdo a su participación en esta

expedición y a los distintos actos realizados con el fin de sobrevivir, el modo de construirse en el relato irá variando. La travesía (centro mismo del relato) no es solamente un traslado físico o geográfico; constituye un 'traslado de una meta a otra, traslado de una cultura a otra, traslado por fin de un yo a otro yo' (Molloy, 1987, p. 437).

Así, puedo distinguir en la obra cuatro momentos en los que la representación del sujeto va cambiando con relación a distintos aspectos que se van planteando a lo largo del texto: su trato con los demás españoles, aceptación o rechazo hacia el mundo indígena (usos, costumbres, religión, etc.) y el cambio producido en el objetivo de esta travesía (desde objetivos míticos a la preocupación por la supervivencia y la vuelta a tierras cristianas).

Primer momento. En este primer momento del relato, el sujeto se encuentra inmerso en un grupo (los cristianos). Desde ese posicionamiento, se va construyendo en oposición a otro grupo, el de los indígenas.

Para analizar esta primera representación del sujeto, como miembro de un grupo, podemos tomar uno de los puntos de análisis planteados por Tzvetan Todorov. Partimos, entonces, de la configuración del otro 'como un grupo social concreto al que nosotros no pertenecemos' (Todorov, 1991, p. 13), teniendo en cuenta, además, que se trata de un grupo exterior y lejano al de los españoles.

En la obra, ya desde el uso pronominal se plantea esta distinción entre las dos sociedades que, desde el punto de vista del sujeto, no poseen ningún rasgo común.

'...Otro día los indios de aquel pueblo vinieron á nosotros, y aunque nos hablaron, como nosotros no teníamos lengua, no los entendíamos; mas hacíamos muchas señas y amenazas, y nos pareció que nos decían que nos fuésemos de la tierra; y con esto nos dejaron, sin que nos hiciesen ningun impedimento, y ellos se fueron...' (Núñez Cabeza de Vaca, 1982, p. 14) [1]

'...y que sobre todo esto; íbamos mudos y sin lengua, por donde mal nos podíamos entender con los indios, ni saber lo que de la tierra queríamos...' (Naufregios, p. 17)

Vemos en estos ejemplos no sólo el claro posicionamiento del sujeto dentro del grupo conquistador (nosotros / ellos), sino también las diferencias existentes entre estas dos sociedades. Es importante destacar que, al plantear Alvar Núñez la imposibilidad de la comunicación, debido al

desconocimiento mutuo de las respectivas lenguas, está admitiendo la total diferenciación entre los dos grupos.

Este desencuentro inicial es decisivo, ya que la incapacidad del lenguaje o de la comunicación se traduce en la eliminación de cualquier posibilidad de conocimiento. Esto es claro en el texto; los españoles no sólo no pueden entender la lengua indígena, sino que tampoco pueden hacerlo con relación a otras prácticas culturales, como por ejemplo, el rito fúnebre '...Allí hallamos muchas cajas de mercaderes de Castilla, y en cada una de ellas estaba un cuerpo de hombre muerto, y los cuerpos cubiertos con unos cueros de venados pintados. Al comisario le pareció que esto era especie de idolatría, y quemó las cajas con los cuerpos...' (Naufregios, p. 16).

Es claro, entonces, que, en este primer momento, el sujeto no se construye en su individualidad (con rasgos propios y distintivos), sino a partir de su pertenencia a una sociedad.

Este hecho se traduce, también, en el objetivo perseguido por el sujeto, o mejor dicho, por el grupo en general. Como cualquier otra expedición conquistadora (en el marco de la conquista de América), la de Pánfilo de Narváez, se orienta, principalmente, a la búsqueda de oro. '...Por señas preguntamos a los indios de adónde habían habido aquellas cosas; señalaronnos que muy léjos de allí había una provincia que se decía Apalache, en la cual había mucho oro, y hacían seña de haber muy gran cantidad de todo lo que nosotros estimamos en algo...' (Naufregios, p.16).

Alvar Núñez no es ajeno a esto. El sujeto persigue este mismo objetivo. No lo hace porque se trate de un proyecto individual de conquista, sino, justamente, porque en el imaginario de su sociedad la conquista implica un enriquecimiento material.

Segundo momento. A partir de las sucesivas dificultades que la expedición debe ir enfrentando se va produciendo una paulatina individualización del sujeto. Si bien continúa actuando dentro del grupo de los conquistadores (en oposición al indígena), se va acentuando su individualidad frente al grupo.

El primer paso de este proceso se produce mediante su negativa a seguir el parecer del gobernador de la expedición. Ante la consulta acerca de las medidas a tomar, Alvar Núñez (1982) expresa su opinión, que es opuesta a la de los demás consultados '...Yo respondía que me parecía que por ninguna manera debía dejar los navíos sin que primero quedasen en puerto seguro y poblado...y que mi parecer era que debía embarcar e ir á buscar puerto y tierra que fuese mejor para poblar...' (p. 17).

‘...El Gobernador siguió su parecer y lo que los otros le aconsejaban...’ (Nafragios, p.18).

Así, el sujeto se opone a la autoridad, recalcando, luego, que, de haber seguido su punto de vista, los resultados de la expedición podrían haber sido diferentes. Esta diferencia de opinión produce que el gobernador intente separar a Alvar Núñez del grupo ‘...y rogamos al Gobernador que enviase á buscar la mar, por ver si hallaríamos puerto, porque los indios decían que la mar no estaba muy léjos de allí. El nos respondió que no curásemos de hablar en aquello, porque estaba muy léjos de allí; y como yo era el que más le importunaba, díjome que me fuese yo a descubrirla y que buscarse puerto...’ (Ibídem, p. 22). Sin embargo, él se niega. Las razones que alude apuntan a valores propios del grupo al que pertenece, como es el de la honra, es decir que, a pesar de comenzar un proceso de diferenciación, el sujeto todavía se incluye dentro del grupo original.

A medida que los problemas se suceden (nafragios, hambre, enfermedades, etc.), el sujeto va a ir alejándose cada vez más de su grupo y acercándose al que consideraba su opuesto, ya que ve que necesita de él para sobrevivir. Por esto, comienza a aparecer una nueva apreciación de las cualidades indígenas ‘...Era gente grande y bien dispuesta, y no traían flechas ni arcos. Nosotros les fuimos siguiendo hasta sus casas, que estaban cerca de allí á la lengua del agua, y saltamos en tierra, y delante de las casas hallamos muchos cántaros de agua y mucha cantidad de pescado guisado, y el señor de aquellas tierras ofresció todo aquello al Gobernador, y tomándolo consigo, lo llevé a su casa...’ (Nafragios, p. 43).

‘...Es gente á maravilla bien dispuesta, muy enjutos y de muy grandes fuerzas y ligereza. Los arcos que usan son gruesos como el brazo, de once a doce palmos de largo, que flechan á doscientos pasos con tan gran tiento, que ninguna cosa yerran...’ (Nafragios, p.32). Es importante destacar el hecho de que al hablar de los indígenas, Alvar Núñez se refiere a ellos como ‘gente’. Esto pauta una nueva mirada, ya que el indígena deja de ser ‘el salvaje’ para asumir la categoría de persona, compartiendo, de este modo, ciertos rasgos con el sujeto. Este primer paso es el que posibilitará, luego, alcanzar cierto grado de identificación (Todorov, 1991).

En este punto de la historia se produce una nueva oposición con el gobernador, ya que éste no es capaz de apreciar la ayuda recibida de los indígenas. Además, bajo esta nueva mirada del otro, la reacción indígena es justificada debido al error del gobernador ‘...Dos horas después que llegamos á Apalache, los indios que de allí habían huido vinieron á nosotros de paz, pidiéndonos á sus mujeres e hijos, y nosotros se los dimos; salvo que el Gobernador detuvo un cacique de ellos consigo, que fué causa por

donde ellos fueron escandalizados; y luego otro día volvieron de guerra...’ (Nafragios, p. 30).

Pudimos ver cómo se va dando el paulatino alejamiento del sujeto de su grupo de origen. Pero este movimiento desde un posicionamiento a otro no es casual. Alvar Núñez es consciente de que el Nuevo Mundo no es lo que habían esperado y de que para sobrevivir necesitan la ayuda de los indígenas.

El objetivo de la expedición ha cambiado. Ya no se buscan riquezas ni gloria. Este es el momento de sobrevivir. Por esto, el maíz va a ser el nuevo botín a conseguir y para esto necesitan la guía de los americanos.

‘...Dijeron que por aquella vía, yendo á la mar nueve jornadas, había un pueblo que llamaban Aute, y los indios de él tenían mucho maíz, y que tenían frisoles y calabazas, y que por estar tan cerca de la mar alcanzaban pescados, y que estos eran amigos suyos...’ (Nafragios, p. 31).

Los españoles deben comenzar a tomar ciertas medidas en la búsqueda por sobrevivir. Estas medidas comienzan a alejarlos cada vez más de lo que fueron las representaciones que de ellos mismos tenían. Es la hora de inventar soluciones que puedan ser llevadas a cabo. Así el conquistador pasa a ser un artesano, carpintero, o cualquier otra representación que tenga que ver con un oficio que favorezca la supervivencia.

‘...Visto esto por el Gobernador, los llamó a todos a á cada uno por sí, pidiendo parecer de tan mala tierra, para poder salir de ella y buscar algún remedio, pues allí no lo había, estando la tercia parte de la gente con gran efermedad, y creciendo esto cada hora, que teníamos por cierto todos lo estaríamos así; de donde no podía seguir sino la muerte...y vistos estos y otros muchos inconvenientes, y tentados muchos remedios acordamos en uno harto difícil de poner en obra, que era hacer navíos en que nos fuésemos. A todo parecía imposible, porque nosotros no los sabíamos hacer, ni había herramientas,..., finalmente, ni cosa ninguna de tantas como son menester,..., y considerando todo esto, acordamos de pensar en ello...y como estábamos en tiempo que cualquiera cosa que tuviese alguna sobrehaz de remedio nos parecía, dijimos que se pusiese por obra...’ (Nafragios, p. 36).

En este segundo momento, por lo tanto, vemos una nueva representación, tanto del sujeto colectivo (los españoles) como del individual, que se traduce, indefectiblemente, en una nueva mirada del otro. Sin embargo, esta nueva mirada va a ser únicamente desde el punto de vista de Alvar Núñez y no es un cambio radical, ya que el sujeto no ha roto, todavía, los lazos con su grupo de origen’.

Tercer momento. Después del último naufragio de la expedición vamos a encontrar una nueva representación del sujeto. Aquí, Alvar Núñez rompe definitivamente los lazos que lo ataban al grupo inicial y se acerca a la vida indígena, conociendo sus costumbres y creencias y adoptando muchas de ellas.

La ruptura se presenta a partir de dos hechos fundamentales: su ascenso como encargado de la 'expedición' o como responsable de la supervivencia de los pocos sobrevivientes a los sucesivos naufragios; y el hecho de haber perdido todo y quedado completamente desnudos.

En cuanto al primer punto, muchos autores coinciden en que a partir de una expresión relacionada con la navegación 'tomar el leme', Alvar Núñez rompe no sólo con la autoridad del Gobernador, sino también, que comienza su alejamiento con la sociedad española. Es necesario recordar que, anteriormente, ya se había destruido su relación con Pánfilo de Narváez al negarle éste su ayuda '...Yo, como vi esto, pedíle que, para poderle seguir, me diese un cabo de su barca; y el me respondió que no harían ellos poco si solos aquella noche pudiesen llegar á tierra. Yo le dije que, pues via la poca posibilidad que en nosotros habia para poder seguirle y hacer lo que habia mandado, que me dijese qué era lo que mandaba que yo hiciese. El me respondió que ya no era tiempo de mandar unos á otros; que cada uno hiciese lo que mejor le pareciese que era para salvar la vida...' (Naufraios, p. 50).

'...y cuando vino la noche no quedamos sino el maestre y yo que pudiésemos marear la barca, y á dos horas de la noche el maestre me dijo que yo tuviese cargo de ella, porque él estaba tal, que creía aquella noche morir; y así, yo tomé el leme...' (Naufraios, p. 51).

Es, a partir de este momento que el sujeto asume el mando. Esto se ve claramente en las expresiones que se suceden a partir de allí: mandé, ordené, etc. '...Desde que la gente hubo comido, mandé a Lope de Oviedo...' (Naufraios, p. 53).

La desnudez, por otro lado, significa la total destrucción de los lazos iniciales. No sólo porque los equipara a los indígenas (su gran diferenciación era el hecho de que 'ellos' andaban desnudos), sino también porque implica el despojamiento de 'la cultura', entendiendo con esta expresión, de la civilización española '...acordamos de tornarnos á embarcar y seguir nuestro camino, y desenterramos la barca de la arena en que estaba metida, y fué menester que nos desnudásemos todos...' (Naufraios, p. 55). '...Fueron casi seis años el tiempo que yo estuve en esta tierra solo entre ellos y desnudo, como todos andaban...' (Naufraios, p. 71).

Desde esta nueva posición, Álvaro Núñez comienza a conocer y aceptar muchas de las costumbres indígenas, e incluso, a adoptarlas. Es importante destacar que, aunque todos los sobrevivientes actúan de manera similar, es el autor quien los llevará a hacerlo. Muchos de sus compañeros recelarán de aceptar la ayuda de los indígenas bajo el pretexto de que se los van a comer. Aquí está presente un elemento del imaginario del conquistador que es el del canibalismo. Con respecto a esto, veremos una nueva inversión de los papeles, ya que los casos de canibalismo narrados en el texto, fueron llevados a cabo por españoles.

Un elemento que marca claramente esta nueva postura es la lengua. Recordemos que, en un primer momento, la lengua marcaba la completa separación entre un grupo y otro. Transcurrido el tiempo, Álvaro Núñez irá aprendiendo las distintas lenguas, hasta llegar, al final del viaje a saber seis lenguas '...y así nos llevaron á sus casas, y á Dorantes y al negro aposentaron en casa de un físico, y á mí y á Castillo en casa de otro. Estos tienen otra lengua y llámense avares, y son aquellos que solían llevar los arcos á los nuestros e iban á contratar con ellos; y aunque son de otra nación y lengua, entienden la lengua de aquellos con quien antes estábamos...' (Naufraios, p. 92).

'...y así, preguntábamos y respondían por señas, como si ellos hablaran nuestra lengua y nosotros la suya; porque, aunque sabíamos seis lenguas, no nos podíamos en todas partes aprovechar de ellas...' (Naufraios, p. 144)

Este hecho es muy significativo, ya que, durante el proceso de conquista y colonización los indígenas fueron obligados a aprender y adoptar la lengua del conquistador. En cambio, en este texto, se da el proceso inverso, y es precisamente esto lo que le posibilitará el acercamiento a distintas prácticas indígenas.

Veamos ahora algunos de los rasgos que el autor rescata y su significación con respecto a su nuevo posicionamiento.

En cuanto a la alimentación, dice el autor: '...y que para esto era menester que yo me detuviese con ellos seis meses, que era tiempo en que aquellos indios iban a otra tierra á comer tunas. Esta es una fruta que es del tamaño de huevos, y son bermejas y negras y de muy buen gusto...' (Naufraios, p. 76). '...Su mantenimiento principalmente es raíces de dos ó tres maneras, y buscánlas por toda la tierra; son muy malas, y hinchan los hombres que la comen...Es tanta el hambre que aquellas gentes tienen, que no se pueden pasa sin ellas, y andan dos ó tres leguas buscándolas...' (Naufraios, p. 83).

Estos ejemplos no son sólo un relato desde afuera de los distintos alimentos, sino que fueron los mismos alimentos que él ingirió durante su estadía en América.

Otro elemento revelador, con respecto a este punto, es el haber comido los perros. No es tanto el hecho en sí sino la forma de presentarlo en el relato. Alvar Núñez hace una alusión casi temporal al hecho 'después de haber comido los perros...', es decir que lo dice casi como al pasar. Esto es significativo porque a los ojos de los españoles sería imposible, en cambio, para el autor y sus compañeros se volvió parte de su vida como un elemento más.

Otro aspecto señalado por el sujeto es la solidaridad presente en el mundo indígena '...y cada uno de ellos me dió una flecha, que es señal de amistad, y por señas nos dijeron que á la mañana volverían y nos traerían de comer, porque entonces no lo tenían...' (Naufregios, p. 54). '...y nos trajeron mucho pescado y de unas raíces que ellos comen, y son como nueces...' (Naufregios, p. 55). '...Y á hora de puesto el sol, los indios, creyendo que no nos habíamos ido, nos volvieron á buscar y á traernos de comer...' (Naufregios, p. 57).

Este elemento es importante porque se trata de uno de los ideales cristianos a alcanzar. Al reconocerle este valor, el sujeto está elevándolos, de alguna manera (no total) a su misma condición.

Podemos ligar este componente con una imagen totalmente distinta del indígena con relación a la de los conquistadores. Tanto los rasgos solidarios, como los que a continuación se detallan, dotan a los nativos de carácter humano. Recordemos que en la mirada de los conquistadores, los americanos no llegaban a ser humanos, eran salvajes, bestias o productores de materias (Todorov, 1991). En este texto, la mirada cambia y se vuelve más igualadora, aunque no lo es completamente.

'...Es la gente del mundo que más ama á sus hijos y mejor tratamiento les hacen; y cuando acaesce que á alguno se le muere el hijo, llóranle los padres y los parientes, y todo el pueblo, y el llanto dura un año cumplido...' (Naufregios, p.63).

'...Y cuando ya están desenojados y sin ira, tórnanse á su pueblo, y de ahí adelante son amigos como si ninguna cosa hobiera pasado entre ellos...' (Naufregios, p. 108).

Otro elemento igualador es la vida sacrificada que llevan. No son sólo los españoles los que sufren penurias y privaciones, sino que éstas son

compartidas por todos '...y el día que llegan matan venados y algunas otras cosas que pueden, y gastan toda el agua y leña en guisar de comer y en los fuegos que hacen para defenderse de los mosquitos, y esperan otro día para tomar algo que lleven por el camino; y cuando parten, tales van de los mosquitos, que parece que tienen enfermedad de Sant Lazaro; y de esta manera satisfacen su hambre dos ó tres veces al año, á tan grande costa como he dicho; y por haber pasado por ello, puedo afirmar que ningun trabajo que se sufra en el mundo iguala con este...' (Naufregios, p. 86).

Finalmente, encontramos ciertos rasgos que existen en ambas culturas. En este caso, se enuncia su valor, igualándola o incluso superponiéndola a las mismas prácticas realizadas en España. Esto sucede con algunas prácticas medicinales '...un indio me dijo á mí que yo no sabia lo que decia en decir que no aprovecharia nada aquello que él sabia, que las piedras y otras cosas que se crian por los campos tienen virtud; y que él con una piedra caliente, trayéndola por el estómago, sanaba y quitaba el dolor...' (Naufregios, p. 65), '...Dan cauterios de fuego, que es cosa entre ellos tenida por muy provechosa, y yo lo he experimentado, y me sucedió bien de ello; y después de esto, soplan aquel lugar que les duele, y con esto creen ellos que se les quita el mal...' (Naufregios, p. 66); con las formas de comerciar (trueque) '...Así, esto era lo que yo llevaba la tierra adentro; y en cambio y trueco de ello traía cueros y almagra, con que ellos se untan y tiñen las caras y cabellos; pedernales para puntas de flechas;...; y este oficio me estaba a mí bien...' (Naufregios, p. 71); con las artes de la guerra '...Toda la gente de guerra está cubierta con leña menuda, y hacen sus saeteras, y están tan cubiertos y disimulados, que aunque estén cabe ellos no los ven, y hacen un camino muy angosto y entra hasta medio del monte, y allí hacen en lugar para que duerman las mujeres y niños, y cuando viene la noche encienden lumbres en sus casas para que si lo hobiere espías crean que están e ellas, y antes del alba tornan a encender los mismos fuegos; y si acaso los enemigos vienen á da en las mismas casas, los que están en el foso salen á ellos y hacen desde las trincheras mucho daño, sin que los de fuera los vean ni los puedan hallar...' (Naufregios, p.108); con la manera de contar el tiempo '...Toda esta gente no conocían los tiempos por el sol ni la luna, ni tienen cuenta del mes y año, y mas entienden y saben las diferencias de los tiempos cuando las frutas vienen á madurar, y en tiempo que muere el pescado y el aparecer de las estrellas, en que son muy diestros y ejercitados...' (Naufregios, p.102); y con las formas de cazar '...Por aquellos valles donde íbamos, cada uno de ellos llevaba un garrote tan largo como tres palmos, y todos iban en ala; y en saltando una liebre (que por allí habia hartas), cercábanla luego, y caían tantos garrotes sobre ella, que era cosa de maravilla, y de esta manera la hacían andar de unos para otros; que á mi ver era la mas hermosa caza que se podía pensar...' (Naufregios, p.130); etc.

Estos elementos son importantes porque rescatan muchas cualidades de los indígenas como pueden ser el ingenio, la ciencia, el valor, etc.

De todos estos aspectos quiero rescatar uno principalmente: el trueque. La aceptación de la forma de comercio es muy significativa en tanto implica un intercambio igualitario. A diferencia de muchos otros conquistadores, Álvar Núñez, comercia no, saquea; pero, además, este comercio es beneficioso para todas las partes involucradas, no para una sola de ellas. Esto marca, nuevamente, una inversión en la posición del sujeto con respecto al otro (Silvia Spitta, 1993).

Anteriormente mencioné que, aunque el sujeto admira y hace suyas algunas de las prácticas que antes le eran ajenas, no se produce un fenómeno igualador o de identificación con el otro (Todorov, 1991).

Esto se ve claramente en el rechazo que todavía tiene el sujeto a ciertas prácticas y en el nuevo objetivo planteado en este punto de la obra: la vuelta a tierra de cristianos.

Así, tratará a ciertos indígenas de ladrones, los acusará de maltrato y de supersticiosos: ‘...Los mas de estos son ladrones, porque aunque entre sí son bien partidos, es volviendo una la cabeza, su hijo mismo ó su padre le toma lo que puede. Mienten muy mucho, y son grandes borrachos, y para esto beben ellos una cierta cosa...’ (Naufraios, p.84). ‘...Preguntámosles qué tales estaban los vivos; dijéronnos que muy maltratados, porque los mochachos y otros indios, que entre ellos son muy holgazanes y de mal trato, les daban muchas coces y bofetones y palos, y que esta era la vida que con ellos tenían...’ (Naufraios, p.72). ‘...Esto hacen estos por una costumbre que tienen, y es que matan sus mismos por sueños, y á las hijas en nasciendo las dejan comer á perros, y las echan por ahí...’ (Naufraios, p.82).

Un último elemento que merece un análisis detallado es el de la religión. Debemos recordar que durante un largo período de tiempo Álvar Núñez ejerce el oficio de ‘físico’ o de chamán. Con respecto a este punto, el sujeto tiene un doble posicionamiento: de aceptación y de rechazo, conformando, finalmente una síntesis entre los dos.

En un primer momento el autor se niega a realizar estas prácticas, pero, ante la amenaza de que iban a quitarle los alimentos y de volver a su condición inaugural (de náufrago), acepta. Así elabora un sistema de curación que aúna prácticas cristianas y prácticas chamánicas ‘...y lo mejor que pude supliqué á nuestro Señor fuese servido de dar salida á aquel y á todos los otros que de ella tenían necesidad; y después de santiguado y soplado muchas veces, me trajeron su arco y me lo dieron...Esto causó

gran admiración y espanto, y en toda la tierra no se hablaba en otra cosa’ (Naufraios, p. 98).

‘...Aquí me trajeron un hombre, y me dijeron que habia mucho tiempo que le habian herido con una flecha por la espalda derecha...Yo le toqué...y con un cuchillo que tenia, le abrí el pecho hasta aquel lugar...y con gran trabajo en fin la saqué. Era muy larga, y con un hueso de venado, usando mi oficio de medicina, le dí dos puntos; y dados, se me desangraba, y con raspa de un cuero le estancué la sangre...’ (Naufraios, p. 129).

‘...Cada uno con la parte que le cabia venian a nosotros para que la soplásemos y santiguásemos, que de otra manera no osaran comer de ella...’ (Naufraios, p. 131).

En este último ejemplo vemos cómo una práctica propiamente cristiana, como es la de bendecir los alimentos antes de tomarlos, se ve transformada por la incorporación de una práctica indígena: el soplar.

Esta práctica que sintetiza elementos de las dos culturas también es diferenciadora. En el discurso cristiano está ausente la dialéctica entre el bien y el mal, es decir, la capacidad que tiene el chamán tanto de curar como de hacer daño (Silvia Spitta, 1993). Álvar Núñez, aprovecha este aspecto del chamanismo olvidándose del mensaje propio del cristianismo ‘...traian las calabazas horadadas, con piedras dentro, que es la cosa de mayor fiesta, y no las sacan sino á bailar ó para curar, ni las osa nadie tomar sino ellos; y dicen que aquellas calabazas tienen virtud, y que vienen del cielo, porque por aquella tierra no las hay, ni saben dónde las haya, sino que las traen los rios, cuando vienen de avenida. Era tanto el miedo y turbación que estos tenían, que por llegar mas presto a los unos que los otros á tocarnos, nos apretaron tanto, que por poco nos hobieran de matar; y sin dejarnos poner los piés en el suelo nos llevaron á sus casas...’ (Naufraios, p. 119).

‘...y nos dejaron con aquellos; los cuales, teniendo en la memoria lo que los otros les habian dicho, nos comenzaron á tratar con aquel mismo temor y reverencia que los otros...Y cuando llegamos cerca de las casas, salió toda la gente a recebirnos con mucho placer y fiesta, y entre otras cosas, dos físicos de ellos nos dieron dos calabazas, y de aquí comenzamos á llevar calabazas con nosotros, y añadimos á nuestra autoridad esta cerimonia, que para con ellos es muy grande...’ (Naufraios, p.127).

Esto es significativo en cuanto implica una diferenciación pero en el sentido inverso al planteado en el discurso del conquistador. Álvar Núñez no impone su discurso cristiano sino que toma el chamánico y se vale de él.

Finalmente, el último elemento que mantendrá cierto grado de distinción entre el sujeto y los indígenas es su objetivo. Álvaro Núñez busca sobrevivir, pero, a partir de su nuevo posicionamiento en las comunidades del Nuevo Mundo, comienza a emprender el retorno a "tierra de cristianos". A lo largo del texto se irán repitiendo las alusiones a este objetivo y se irán haciendo cada vez más frecuentes a medida que se acerca la consecución del objetivo.

Cuarto Momento. En este último momento de la obra, que comienza a partir del ingreso a 'tierra de cristianos', se produce una nueva representación del sujeto.

En este punto, el autor se asume como parte del grupo indígena. Si bien la representación del otro es, nuevamente, la de un grupo que se opone a otro exterior, el grupo de pertenencia no es el mismo.

El uso del 'nosotros' ya no alude a los conquistadores y, el sentimiento de pertenencia, es decir, cuando se habla de 'lo nuestro', ya no alcanza al grupo original. La oposición es ahora: nosotros / los cristianos. '...y traian consigo mas de seiscientas personas, que eran de aquel pueblo que los cristianos habian hecho subir al monte, y andaban escondidos por la tierra, y los que hasta allí con nosotros habian venido...y enviamos luego nuestros mensajeros' (Naufraios, p. 153). '...y los mensajeros nos dijeron que no habian hallado á los naturales del rio donde habiamos salido, porque los cristianos los habian hecho otra vez huir á los montes (...) nos pareció esto muy dificultoso de poner en efecto, porque no traíamos indio ninguno de los nuestros ni de los que nos solian acompañar...' (Naufraios, p. 158).

Esta nueva representación del sujeto va acompañada de una nueva mirada del que, anteriormente, era el otro. En el ejemplo que sigue se plasma en la escritura el momento de reconocimiento y aceptación mutua entre el sujeto y el indígena: '...algo sosegados de nosotros, allegábanos con las manos al rostro y al cuerpo, y después traian ellos sus mismas manos por sus caras y sus cuerpos, y así estuvimos aquella noche...' (Naufraios, p.106).

Esta nueva mirada va más allá de lo planteado en el punto anterior. Recordemos que ya veíamos cómo Álvaro Núñez admiraba ciertos rasgos de los indígenas y llegaba a una identificación parcial con ellos. Aquí, esta identificación se vuelve más profunda, ya que parte del principio de que tanto indígenas como españoles comparten la condición de ser seres humanos '...Dábannos á comer frisoles y calabazas; la manera de cocerlas es tan nueva, que por ser tal, yo la quise aquí poner, para que se vea y se conozca cuán diversos y extraños son los ingenios e industrias de los hombres humanos...' (Naufraios, p.139)

Otro elemento que pauta el nuevo lugar ocupado por el autor y sus compañeros es la negativa de muchos de ellos a buscar a los cristianos. Su sentido de pertenencia llega a ser tan profundo que evitan, por distintos medios, alcanzar ese objetivo tan deseado en otro momento de la historia: el encuentro con cristianos '...Aquella noche yo rogué á uno de mis compañeros que fuese tras los cristianos, que iban por donde nosotros dejábamos la tierra asegurada, y habia tres dias de camino. A ellos se les hizo de mal esto, excusándose por el cansancio y trabajo...' (Naufraios, p. 151).

Pero el encuentro finalmente ocurre. Este momento de la historia es clave porque allí se van a desarrollar una serie de oposiciones entre el grupo de Álvaro Núñez y los demás cristianos. Estas oposiciones van a marcar la no-pertenencia de estos a su grupo de origen, además de la nueva mirada con respecto a los nativos.

Estas oposiciones son:

—Supervivencia / riqueza

'...y vinieron seiscientas personas, que nos trujeron todo el maíz que alcanzaban, y traíanlo en unas ollas tapadas con barro, en que lo habian enterrado y escondido, y nos trujeron todo lo mas que tenian; mas nosotros no quisimos tomar de todo ello sino la comida, y dimos todo lo otro a los cristianos...' (Naufraios, p. 153)

'...y que nosotros no teniamos cobdicia de ninguna cosa, antes todo cuanto nos daban tornábamos luego a dar, y con nada nos quedábamos, y los otros no tenian otro fin sino robar todo cuanto hallaban, y nunca daban nada a nadie...' (Naufraios, p. 154).

Esta oposición, que ya fue tratada, marca la distinción entre los objetivos de la conquista. Mientras el grupo de Álvaro Núñez ha aprendido a sobrevivir y sólo busca saciar sus necesidades básicas (como alimentarse), los cristianos buscan hacerse ricos.

—Desnudez / vestimenta

'...y que nosotros veniamos desnudos y descalzos, y ellos vestidos y en caballos y con lanzas...' (Naufraios, p. 153).

Esta oposición es clave. Recordemos que el hecho de andar desnudos es inaceptable en la cultura española. Es significativo, también, que una vez regresado a la sociedad española el autor y sus compañeros tardarán en acostumbrarse a usar ropa y a no dormir en el piso.

—Libertar / esclavizar

‘...Después que hobimos enviado á los indios en paz, y regraciándoles el trabajo que con nosotros habian pasado, los cristianos nos enviaron (debajo de cautela) á un Cebreros, alcalde, y con él otros dos; los cuales nos llevaron por los montes y despoblados, por apartarnos de la conversacion con los indios, y porque no viésemos ni entendiésemos lo que de hecho hicieron; donde parece cuánto se engañan los pensamientos de los hombres, que nosotros andábamos á les buscar libertad, y cuando pensábamos que la teníamos, sucedió tan al contrario, porque tenían acordado de ir á dar en los indios que enviábamos asegurados y de paz; y así como lo pensaron, lo hicieron...’ (Naufraios, p.156).

Esta es una mirada totalmente nueva, no sólo acerca del indígena, sino también acerca del proyecto de conquista y colonización.

Esta oposición, conjuntamente con las dos finales (curar / matar, producir / saquear), implican un nuevo proyecto que no está ligado a la esclavitud y a la explotación sino, por el contrario, a una colonización pasiva que es, por consiguiente, más productiva, ya que las condiciones (tanto humanas como materiales) están dadas para que esto sea así.

—Curar / matar

‘...y que nosotros sanábamos los enfermos, y ellos mataban los que estaban sanos...’ (Naufraios, p.154).

—Producir / saquear

‘...Finalmente, nunca pudo acabar con los indios creer que éramos de los otros cristianos, y con mucho trabajo y importunacion los hecimos volver á sus casas, y les mandamos que se asegurasen, y asentasen sus pueblos, y sembrasen y labrasen la tierra, que de estar despoblada, estaba ya muy llena de monte; la cual sin dubda es la mejor de cuantas en estas Indias hay, y mas fértil y abundosa de mantenimientos, y siembran tres veces al año...’ (Naufraios, p.155).

Son estas oposiciones las que llevarán a distintos autores (como Beatriz Pastor) a plantear la existencia de una fuerte crítica al plan colonizador. Es, además, a partir de aquí, que la autora va a considerar al texto como una bisagra, ya que, si bien está inserto dentro de los discursos narrativos del fracaso, adelanta otros que representarán una fuerte crítica al proyecto de la corona española.

A lo largo de este recorrido por ‘Naufraios’ pudimos ver cómo el recorrido realizado por los protagonistas no es sólo físico o geográfico. Implica, también el traslado de una identidad a otra.

A partir de este viaje no sólo se reformula el ‘yo’, también cambia la visión del otro. Como dice Silvia Spitta: ‘para poder sobrevivir, los cuatro tienen que cambiar su visión del mundo y adaptarse a condiciones muy diferentes de las que estaban acostumbrados - es decir, tienen que in-corporar, en gran medida, la otredad americana que con tanta facilidad fue descartada y rechazada por los demás conquistadores’ (Spitta, 1993:10).

Puedo concluir diciendo que el sujeto, en su relación con el otro y con el mundo que lo rodea, se va construyendo de diferentes maneras. A veces lo hace por distinción (yo / los indios, yo / los cristianos) y a veces por asimilación (nosotros). Sin embargo, este proceso culmina en una situación ambivalente del sujeto: no es ya español, pero tampoco es puramente indígena, por lo que podría decir que la consecuencia de estas sucesivas transformaciones del sujeto es la no-pertenencia a ningún grupo”. (Ríos, 2010, s/p).

El texto de Ríos, que citamos in extenso por nuestro acuerdo con sus apreciaciones, nos muestra con ejemplos el alcance que puede adquirir una crónica colonial para reflejar profundos, intentos y complejos procesos comunicacionales, donde el sujeto –la voz narrativa– intercala su propia evolución a partir del lenguaje.

La crónica, también conocida como “Relación de los náufragos”, fue escrita por Cabeza de Vaca en su vejez transcurrida en España; aunque durante años había tomado apuntes, hoy considerados etnográficos, de lo que observaba y sobre los pueblos que encontraba y los objetivos de las expediciones, incluyendo el sueño relatado por un fraile sobre una ciudad de oro y joyas. Como muchos era un soldado olvidado, pero la escritura guardó su visión para la posteridad y en 1542 salió publicada su obra, la primera historia del actual territorio estadounidense.

También Álar Núñez Cabeza de Vaca es autor de los “Comentarios” sobre su vida de funcionario en Paraguay. Se supone que fue el primer europeo que llegó a las cataratas del Iguazú. Cabeza de Vaca fue un viajero incansable, incluso cuando ya podía descansar como reconocido adelantado en sus tierras andaluzas. Es un ejemplo de rasgos psicológicos del aventurero que aún hoy asombra al mundo de sofisticados medios de transporte.

Murió a los 70 años, de cansancio, después de ser un “enviado especial” a un territorio en guerra permanente, cuyas dimensiones fantásticas él supo describir como pocos.

Para el lector curioso, vale la pena la lectura completa de la crónica pues en ella encontraremos otros elementos además de los puntualizados por Ríos, como la relación con las mujeres y las primeras líneas del mestizaje iberoamericano, la figura de la Malinche, los roles de otros españoles asimilados en grupos nativos.

Tampoco está de más reiterar que es un texto sujeto de múltiples estudios interdisciplinarios desde la antropología, la lingüística, la etnografía, la narrativa, la historia, pero seguramente todavía no hay un ensayo que muestre a “Naufragios” como una publicación pionera del periodismo literario o el llamado actualmente “nuevo periodismo” que, como se ve, no es tan nuevo.

V. Bartolomé Arzans Orzúa y Vela y el Maravilloso Potosí

El caso de Bartolomé Arzans Orzúa y Vela es la vida y obra de un personaje más cercano y conocido en la historia de Bolivia, concretamente de la Villa Imperial de Potosí, cuyo rico cerro de plata fue el eje articulador de la Audiencia de Charcas y de la nueva república.

Nacido en Potosí en 1674 murió en la misma ciudad en 1736 sin concluir su obra “Historia de la Villa Imperial de Potosí” que había iniciado en 1705. Su hijo Diego escribió los últimos ocho capítulos. La obra sólo interesaba a su autor y él no la dedicó al rey, al virrey o a otra autoridad, como sus colegas cronistas, ni tampoco se ocupó de conseguir su publicación. Guardó celosamente el manuscrito. El libro recién fue encontrado a inicios del Siglo XX y fue la tenacidad de Gunnar Mendoza, entonces director del Archivo Nacional, junto a su colega y amigo Lewis Hanke, la que permitió su publicación con notas de estudio en 1965, con el auspicio de una universidad estadounidense.

Se presume que existen dos copias, una de las cuales fue empeñada por Diego para conseguir apoyo económico de un cura, que fue enviada al Rey y que estaría en España aunque la corona no se interesó en editarla, ni en tiempos republicanos. El otro ejemplar fue comprado en 1877 para ser publicado en Europa, algo que no sucedió, hasta la adquisición por parte de un coleccionista, quien la donó a la Brown University y fue la base para los esfuerzos de historiadores que la difundieron primero parcialmente y luego completa y con notas de estudio. Actualmente, el estado boliviano la considera una de las narraciones fundamentales de la historia nacional y hay nuevas y bellas ediciones, llenas de apuntes y notas.

Los literatos bolivianos consideran el texto como el primer libro de autor boliviano, pero no están de acuerdo en su catalogación. Para algunos podría pasar como una ficción de lo fantástico, donde los ángeles bajan a defender a

un pecador o un Cristo revela el adulterio de una bella moza. Indudablemente también hay que considerarlo el primer reportaje sobre estas tierras y el primer ejemplo de periodismo literario.

La lectura de estas crónicas, desde la visión de un periodista, no deja de ser un tesoro sin fin porque revela datos innumerables para entender el funcionamiento de la colonia en Potosí, desde sus instituciones, su economía, la cultura, el mestizaje, las creencias.

Existen historias tan simpáticas como aquella que cuenta la dificultad de las sevillanas para parir hijos vivos en el gélido Potosí. Casi todas debían trasladarse en medio embarazo hasta la tibieza de La Plata y dar a luz en tierras más bajas; sólo retornaban con el niño crecido.

Hasta que una madre que no pudo viajar a tiempo, desesperada, dedicó una novena a San Nicolás y su criatura fue el primer bebé criollo nacido vivo en Potosí. Por años, otras mujeres la imitaron y la Villa imperial se llenó de nicolasitos y nicolasitas.

Arzans pasó su vida en Potosí y, según uno de los impulsores de la difusión de su obra, Mariano Baptista, debió ser un gran conversador pues se enteraba de muchos asuntos íntimos de sus vecinos, base de varios relatos. También fue juerguista, amante de las corridas de toros y de las fiestas patronales. Sus descripciones son una antesala de los festejos que ahora abundan en Bolivia para bailar- y emborracharse- en homenaje a algún santo, a alguna advocación mariana, que son las preferidas.

Un periodista puede citar párrafos enteros y colocarlos como actuales porque son muchas las coincidencias: el cambio de vestido a la Virgen de la Merced, la cofradía y sus devotos, los bailes y las guirnaldas, las panderetas y los tambores.

El autor potosino también se ocupa de la justicia y critica duramente al sistema colonial y a los abusos contra los nativos. La lista de los temas que le interesan son como un conjunto de suplementos especiales que encontramos en la prensa moderna: “Moda”, “Hermosura”, “Educación, familia e hijos”, “Dinero y riquezas”, “El Cerro Rico de Potosí”, “El Amor”, “Justicia Divina”, “Virtudes”, “Pecados”, “Situación de los Indios”.

El texto es extenso, ocupa tres volúmenes en papel tamaño oficio, y el curioso necesita muchas horas para completar la lectura. En 1970, el Ministerio de Educación publicó una versión muy resumida para dar una idea de la riqueza

del contenido pero hasta la fecha sólo los historiadores de la colonia y algunos literatos se interesan en él.

VI. Nueva Crónica y Buen Gobierno

No es posible cerrar este recorrido sin nombrar al más famoso de los cronistas de la época colonial española, el misterioso Felipe Guamán Poma de Ayala, autor del conjunto de textos que se conocen como “Nueva Crónica y Buen Gobierno”. Esta “Nueva Crónica” tiene dos elementos novedosos, como señala su título, es un relato favorable a los indígenas y está lleno de ilustraciones que permiten una mejor aproximación a las culturas precolombinas.

Richard Pietschmann descubrió el original en 1908 en la Biblioteca Real de Copenhague y comenzó a difundirlo de a poco llamando la atención de los americanistas porque la obra proporcionaba nuevos elementos para entender el proceso colonial. Fue publicada in extenso recién en 1936 por el esfuerzo de Paul Rivet y desde entonces se suceden ediciones y largos debates entre los especialistas.

La obra fue escrita aparentemente a fines del Siglo XVI e inicios del Siglo XVII (quizá durante cuarenta años) por lo que contiene información de los primeros años de la colonia pero, sobre todo, de la situación de los nativos al momento de la llegada europea.

Aún se discute la identidad del autor, aunque él mismo se presenta como descendiente legítimo de la aristocracia indígena e inca y eso hizo presumir por años que era una confiable e inédita fuente de información desde la visión andina. Se cree que era en realidad un sacerdote que escondió su nombre por autodefensa. Sin embargo, casi todos sus biógrafos coinciden en que nació casi al mismo tiempo de la llegada española a la zona, en 1532, y murió muy anciano (unos 80 años). Fue testigo de los abusos, de las guerras civiles y de la toma de tierras.

Los especialistas consideran que es la crónica más rica en representaciones gráficas y en detalles que otros cronistas no atendían, más aquellos que se limitan a escribir crónicas como aburridos informes; un poco, lo que hoy sería un boletín de prensa de un ministerio.

El tronco fundamental de esta crónica es su revisión de las creencias nativas, su concepción del mundo y su reflejo con la línea que une la tierra con la divinidad; los nombres de los pueblos, sus usos y costumbres, sus creencias, y todos los complejos enlaces económicos.

Los asuntos que preocupan a los periodistas bolivianos a inicios del sofisticado y globalizado Siglo XXI, en plena vigencia del Estado Plurinacional, son casi repetitivos de las preocupaciones de Guamán Poma de Ayala.

VII. Cierre

La lectura de los cronistas, aún aquellos que se limitaron a enviar informes administrativos, es un deleite y a la vez una necesidad. Difícilmente encontraremos textos modernos con tanta información en un puñado de páginas.

Como vimos en nuestro breve recorrido, en esos manuscritos está el inicio de la narrativa latinoamericana, llámese historia, literatura o periodismo.

VIII. Bibliografía

Arzans Orzúa y Vela, Bartolomé (1965). *Historia de la Villa Imperial de Potosí*, Estados Unidos: Universidad de Brown.

Díaz del Castillo, Bernal (1943). *Historia Verdadera de la Conquista de la Nueva España*. México: Ed. Nuevo Mundo.

Escohotado, Antonio (1989; primera reimpresión 1994). *Historia de las Drogas (tres tomos)*. Madrid: Alianza Editorial.

Guamán Poma de Ayala, Felipe (1980). *Nueva Crónica y Buen Gobierno*. Venezuela: Biblioteca Ayacucho.

Ríos, María del Pilar (2010). *Nafragios de Alvar Núñez Cabeza de Vaca. Distintas representaciones del sujeto*. Espéculo. Revista de estudios literarios. Universidad Complutense de Madrid (s/p).

Molloy, Silvia. (1987). *Alteridad y reconocimiento en los Nafragios de Alvar Núñez Cabeza de Vaca*. Nueva Revista de Filología Hispánica, t. 35, n° 2, Colegio de México, México, p. 423 - 449.

Núñez Cabeza de Vaca, Álvar (1982). *Nafragios, Hyspamerica*. Buenos Aires: Ediciones Orbis S.A.

Pastor, Beatriz (1983). *Discurso Narrativo de la conquista*. Cuba: Ediciones Casa de las Américas.

Todorov, Tveztan (1991). *Nosotros y los otros*. México: Siglo XXI.



¿Puede el arte ser socialmente útil? o ¿debe la conciencia social ser hedonista?

El valor crítico de las industrias culturales de Theodor Adorno en el surrealismo de Dalí y en la mitificación del "Che" en piezas de arte religioso

Msc. Rafael Loayza Bueno¹

Resumen

En su primera parte, este ensayo discute críticamente la teoría de las Industrias Culturales de Theodor Adorno, a través de la pregunta de si el arte puede ser socialmente útil en la resistencia al orden social dominante. Para ello, el autor utiliza ejemplos del arte de Salvador Dalí relacionados, precisamente, a su reflexión política autoconsciente en pinturas de contenido político. En la segunda parte, este trabajo discute la proposición de la utilidad social del arte. Se aplican las ideas de Albert Camus con respecto al "mito", en "El Hombre Rebelde" (1951), a trabajos de arte contemporáneo latinoamericano que muestran al "Che" Guevara en calidad de "santo". Así, el autor intenta establecer la conexión entre el compromiso social y la autonomía creadora.

Palabras clave:

Industrias culturales, arte moderno, marxismo, surrealismo, política y hedonismo.

¹ Research fellow del programa Hansard Society en la London School of Economics and Political Science (LSE), Msc. en Teoría Social de la Universidad de Bristol, Inglaterra, Lic. en Comunicación Social de la UCB. Es director de la Carrera de Comunicación Social de la UCB-SP y Presidente de la Asociación Boliviana de Carreras de Comunicación Social (ABOCCS).

PRIMERA PARTE

I. Introducción

Los trabajos de arte fueron alguna vez estimados como simples objetos de belleza y, por lo tanto, envueltos en la diversión y desahogo social puro y simple. Pero desde que Theodor Adorno y la Escuela de Frankfurt desarrollaron el concepto de las *industrias culturales*, los artistas han sido frecuentemente acusados de estimular el *status quo* y de ser los instrumentos interesados del imperialismo cultural. Evidentemente, el capitalismo —que a principios del siglo XX era explicado como una entidad autónoma capaz de reproducir sus maneras y, por lo tanto, su dominio— se transformó en el enemigo natural del Instituto, pues se pensaba que los productos de sus industrias damnificaban la utopía “comunista”. Bajo el lente de aquella perspectiva, el arte popular se desarrolló en el alarife desafortunado del enemigo, pues era de alta efectividad en la misión de distraer a los proletarios de su emancipación a base de diversión concupiscente.

Al respecto de la funcionalidad de la cultura en la búsqueda del cambio social, la discusión sobre si el arte debía comprometerse con la realidad —con el socialismo realmente— dividió por décadas las perspectivas de Walter Benjamin y Adorno en relación al carácter de las *Industrias Culturales*. Estos desacuerdos se producían esencialmente ante la dificultad de identificar cuáles expresiones artísticas facilitaban las demandas comunistas y cuáles no. Manifiestamente, en la disyuntiva de qué artes le eran útiles a los mecanismos de dominación industrial y cuáles estaban diseñados para resistirlo, Benjamin y Adorno produjeron un análisis importante con respecto a la función social de las expresiones artísticas.

En los análisis de esta disputa, de entre todas las artes, el realismo era visto indistintamente axiomático sea en mostrarse comprometido con la causa comunista, o sea en ser indolente con ella y tolerante con el “hedonismo”



Fig. N°1: “Rosas para Stalin” de Boris Ieremeievich Vladimirsky (1949).

capitalista. El realismo soviético, por ejemplo, glorificaba sin remordimientos a los héroes comunistas (Stalin, Lenin y Trotsky), idealizándolos en imágenes y narrativas mesiánicas; en muchos casos tan cínicas y recargadas que no daban espacio a ningún grado de especulación; tal el caso de aquella pieza “Rosas Para Stalin” (Fig. N°1), en la que el líder soviético aparece rodeado de

la admiración y el agradecimiento de niños rusos de apariencia aria. Así, el realismo soviético fue el instrumento perfecto del arte comprometido —el ideal de la resistencia a las industrias del capitalismo— pues priorizaba temas como la colectivización. En general, estos trabajos mostraban a los hombres y mujeres socialistas empuñando sus herramientas de trabajo, en el retrato de una guerra por el capital por demás vencida. En ellos, el proyecto soviético se mostraba en retratos de sociedades perfectas de hombres y mujeres blancos, cuya felicidad era patrocinada por el partido.

Contrariamente, un desnudo de Édouard Manet —como aquel de “Olimpia” de 1863 (Fig. N°2)— aunque incuestionablemente bello, era considerado tan inútil, fatuo y peligroso como cualquier desnudo proveniente de la industria pornográfica, pues su goce amilanaba la conciencia social. La misma lógica se podía aplicar a los productos de la música o el teatro popular.



Fig. N°2: “Olimpia” de Édouard Manet (1863).

Desde la perspectiva del Instituto, las piezas que podían transmitir la realidad en aras de espolear la “lucha de clases” eran generosamente nominadas como “arte” y aquellas descomedidas de tales ideales, “instrumentos burgueses de alienación”. Como resultado, el arte popular fue designado como una expresión del capitalismo puramente “distractivo”, pues los efectos de su exposición “aniquilaban la conciencia proletaria”.

Sin embargo, el debate indiscutible en Frankfurt irrumpió cuando el arte moderno se transformó en el objeto de atención de los intelectuales. Predeciblemente, el *High Art* —opuesto al popular en sus atenciones de superioridad estética— era además de “distractivo” en exceso, complejo en su aforo de generar un mensaje comprometido con el proyecto comunista. Esta incapacidad de demandar claramente conductas sociales propicias a la utopía socialista, se debía a la ambigüedad del mensaje de sus piezas. Así, el debate entre Benjamin y Adorno inició en la dudosa capacidad del arte moderno —cuyo método apelaba a la subjetividad de la “inconsciencia”— para comprometerse con la realidad de manera clara y asertiva.

Hasta el realismo, quedaba claro que el arte (culto o popular) siempre que podía ser instrumental a la reproducción del capitalismo, podía igualmente ser la herramienta de la resistencia al orden social. Sin embargo, desde el impresionismo, el cubismo y surrealismo, la representación de la realidad tuvo interpretaciones

fragmentadas en las conciencias individuales, imposibles de traducir en el carácter de la sociedad de forma masiva. En este contexto surgió la pregunta que guía metodológicamente a este ensayo: ¿Puede el arte moderno ser socialmente útil?

II. ¿Puede el arte ser socialmente útil? Las Industrias Culturales

Theodor Adorno utilizó por primera vez el concepto de *Industrias Culturales* en 1940. Básicamente, su teoría crítica al capitalismo enfocado en la mercantilización y perversión de la cultura a consecuencia de la industrialización de la sociedad moderna.

En su perspectiva, la música popular “que se produce con el sólo propósito de ser tranzada en la economía de mercado”, está estandarizada y mecanizada, sirviendo simplemente como cemento social para la reproducción del orden dominante.

En el desarrollo de su teoría crítica, Adorno analizó los sistemas de conocimiento y organización represivos como entidades de “administración del mundo capitalista”, enfoque que lo llevó a articular una oposición a las ideas de la epistemología tradicional, así como a respaldar el cambio radical en la sociedad. Paradójicamente, aunque abogaba por la producción del comunismo, propuso en la *Dialéctica Negativa* la disolución de cualquier encuadre teórico y distinción conceptual que amenace con perdurar en dogma, incluido el marxismo. Tanto el positivismo como el empirismo fueron rechazados por Adorno, quien les acusaba de haber traicionado a la razón y de no poder liderar el pensamiento hacia el iluminismo. En su *Teoría de la Estética*, el arte y la teoría crítica fueron investidos con el poder de divulgar la “verdad” respecto a la realidad. En este trabajo, Adorno describe una sociedad administrada y constituida por el mito de la “razón total” (Jary, 2000, p.6).

Desde Adorno –desde que la cultura fue definida como la productora del dominio capitalista por su calidad industrial– la sociología ha estado sumergida en la misión de explicar aquella “producción cultural de calidad mercantilista”.

Para entender el carácter industrial de la cultura no se puede asumir que hay simples correspondencias entre las industrias, tales como la cinematográfica, televisiva, musical, editorial. Claramente, hay muchas diferencias entre las formas estéticas, contenido, prácticas, medios de financiamiento y modos de recepción. La idea de Adorno era concebir a las *industrias culturales* con un argumento más sofisticado; no es que son plurales simplemente, sino que (1) todas las industrias son culturales (agronómica, automotriz, informática, etc.). Claramente, todas están

engendrando productos y servicios que llevan significados culturales. Al mismo tiempo, (2) todas las industrias están caladas en contextos culturales específicos que modelan la manera en la que las personas piensan, sienten o actúan organizadamente. Ciertamente, las industrias producen cultura, pero esta condición está produciendo un tipo de sistema social particular. La relación entre la economía y la cultura puede conseguirse conectando la producción cultural con discusiones más amplias sobre la producción económica, a través de industrias que están organizadas y constituidas. Este sistema económico particular producido por la cultura es, en la perspectiva de Adorno, una forma de dominación metódica reconocida como “el capitalismo”. Finalmente, las entidades a cargo de reproducir este régimen dominante son los medios masivos de comunicación, instrumentos de la cultura masiva (Negus, 1998, pg. 98).

Un examen crítico de las proposiciones de Adorno con respecto a la cultura de masas, empezando con sus deudas teóricas a Sigmund Freud y a Karl Marx, es planteado por Deborah Cook en su libro *“Las Industrias Culturales revisadas: Theodor Adorno y la cultura de Masas”*. Los tres asuntos centrales de la teoría del industrialismo cultural se discuten en este trabajo:

1. La producción de la cultura de masas y su producto
2. Las técnicas psicológicas, funciones y efectos de la cultura de masas.
3. La ideología positivista

De acuerdo a Adorno, la cultura de masas se insertó entre los instintos individuales más despreciables de la sociedad liberal y las demandas de una totalidad social fragmentada. Esto estimuló una “reconciliación falsa con el orden social (con el Capitalismo) al preparar a los individuos a la reproducción del poder del trabajo y a la armonización de las necesidades y urgencias individuales, con la motivación de la ganancia de su empleador”. Al respecto, el Capitalismo provee una forma de entendimiento basado en la noción de un individuo racional y autónomo, que ocasionalmente confronta los mensajes y técnicas industriales, pero que en general se comporta dócil con ellos. Paradójicamente, la descripción de este individuo –sin ninguna especie de valores sociales– se apega a los mismos fundamentos filosóficos de la mayoría de las manifestaciones del *High Art* como veremos más adelante. Consecuentemente, el consumidor moderno actúa como una especie de doble agente, practicando por un lado una forma de entregarse conscientemente al consumo que contribuye a su propio dominio y, ocasionalmente, levantando su voz en contra de las *industrias culturales*.

Sin embargo, Cook critica a Adorno por fallar en el entendimiento de que algunos productos de las *industrias culturales* siguen la práctica cultural y la trascendencia política que él descubrió en sus trabajos de arte moderno y que, consecuentemente, algunos individuos podrían usar estos productos para ofrecer insumos de conciencia potencial y crítica.

Con relación a las *Industrias Culturales*, Adorno expone las conexiones entre la publicidad y los productos culturales, la penetrante psicología de cultura de masas y el rol de la ideología liberal de consumo de productos culturales específicos. Sin embargo, de acuerdo con Cook, el pensamiento especulativo de Adorno al servicio de normas tales como la libertad, autonomía y espontaneidad, sirve como un prototipo de práctica social y política que puede sobreponerse a la “cosificación y narcisismo endémico de la cultura de masas contemporánea” (Cook, 1996, p.190).

Hay que remarcar que, más allá de la corriente filosófica promovida por el Instituto de Frankfurt, sus ideas han estado ampliamente conectadas con el crecimiento científico y la libertad social en términos ciertamente políticos.

Al respecto, para Adorno el iluminismo tiene una “cualidad dialéctica que contiene las semillas de su propio retorno”. Estas semillas están relacionadas con el carácter instrumental de la ciencia, pues excluyen formas de conocimiento del mundo y, por lo tanto, “amenazan con restringir su progreso”. Adorno subraya que el hombre moderno es tomado cual individuo derrotado porque “está absolutamente devaluado en relación a las instituciones socio-económicas de gran escala”. Simplemente, mientras estas instituciones proveen la seguridad y conveniencia del hombre moderno, trabajan asimismo para aprisionarlo y dominarlo. De importancia particular en este asunto son las *industrias culturales*, pues entretienen a las audiencias masivas mientras les imposibilitan contemplar su realidad. Marx llamó a este fenómeno proceso de alienación.

En aras de probar estos argumentos, Adorno usa a la Segunda Guerra Mundial como un ejemplo de cómo el racionalismo científico se convirtió en destrucción masiva. Para escapar de esta condición, la corriente *iluminista* de Frankfurt fue forzada por el propio Adorno para asumir compromisos políticos y generar conocimiento científico y luchar contra el capitalismo y su opresión. Esta consideración fue llamada “la dialéctica negativa”, pues estaba motivada por la necesidad de “negar los aspectos positivos del iluminismo y hacer explícitas sus cualidades (Adorno, Horkheimer, 1998, p. 258). Consecuentemente, el concepto de las *Industrias Culturales* no es sólo una aproximación científica a la realidad, sino un manifiesto político.

La Escuela de Frankfurt tomaba tan en serio su misión política –antes incluso que su compromiso científico– que en aras de subrayar la prioridad de su proyecto comunista alteró la versión original del ensayo de Walter Benjamin denominado “El Arte en la Era de la Reproducción Mecánica”, sustituyendo los términos de “doctrina totalitaria” por “fascismo”, “fuerzas constructivas de la humanidad” por “comunismo” y “conflicto armado moderno” por “conflicto armado imperialista” (Cook, 1996, p.192-193). Queda claro que la voluntad política delineó las aproximaciones académicas del Instituto, antes que la curiosidad científica.

III. El arte y la política

Stanley Waterman (1998) examina los procesos por los que los festivales de arte transforman lugares cotidianos y mundanos en ambientes que contribuyen a la producción, procesamiento y consumo del arte. Waterman cree que estos eventos, que son la expresión más explícita del arte popular, proveen ejemplos sobre cómo la cultura dominante es resistida. Al respecto, el autor afirma que el apoyo a las artes por las élites es parte de un proceso para establecer distancia social con los proletarios, por esta razón, los festivales han sido tradicionalmente controlados por la voluntad de la cultura dominante. Si bien en el pasado los directores artísticos ejercían tal control, los intentos recientes de los intereses comerciales de vigilar los festivales reflejan cómo las agencias de marketing y los gerentes están transformando el arte y la cultura en una mercancía. Es inevitable en este punto pensar en la más reciente producción cinematográfica de Rodrigo Bellot (Refugiados, 2013). En esta pieza de ficción apocalíptica, la narrativa ilustra cómo un grupo de papeños sobreviven al *Armagedón* descubriendo, en las ruinas de la ciudad, los últimos abastos de hamburguesas Sofía.

Para los culturalistas industriales, el libro de Waterman podría ser la prueba de cómo la cultura de masas tiene la propensión de reproducir la ambición dominante del Capitalismo. Sin embargo, este trabajo destaca realmente las tensiones latentes entre el arte popular y la economía y entre la cultura y la política (Waterman, 1998, p.54-74,). Al respecto, Winfried Gebhardt (2000) provee asimismo una revisión de nueve libros sobre el rol del arte en la cultura; presta atención a la relación entre el arte y la política, la cultura política y las identidades nacionales; el avance de las *Industrias Culturales* y el rol de la política cultural y el Estado. El autor observa los cambios económicos y sociales ocurridos en las sociedades avanzadas desde los años 70 y 80 y cómo éstos han modificado la relación entre la producción artística y cultural con los grupos sociales a quienes sirven.

Finalmente, Barrie Axford y Richard Huggies (1997) afirman que los cambios culturales contemporáneos están transformando inevitablemente la política en muchas sociedades post-históricas. Para proveer evidencia sobre esta proposición, los autores subrayan el carácter cambiante de la política electoral y los discursos de campaña en muchas naciones. Al respecto, argumentan que la aparición de partidos mediáticos, formas de marketing y estilos de vida están produciendo un altamente auto-referenciado estilo de discurso electoral y son mejor entendidos como imitaciones del populismo postmoderno. Esto es especialmente cierto cuando implica:

1. Una creciente dependencia en las técnicas de las culturas industriales a proveer espacios donde el significado es constituido.
2. Una descentralización de ideas e insumos acerca de las formas auténticas de lo público.
3. Una lateralidad de formas de política palpable, como partidos políticos masivos con espacios de interacción social virtuales (Axford, Huggies, 1997).

En beneficio de las teorías de Adorno, queda claro que los productos de las *Industrias Culturales* explican la concepción de la política y las identidades de la sociedad capitalista con suficiente talento. Ciertamente, la consecuencia social del arte está reproduciendo a la cultura que tiene una determinación política.

Por otro lado, toda la revisión bibliográfica descrita, relacionada al arte y la política, está basada en las teorías de las *Industrias Culturales* desde las perspectivas de autores críticos a ella. Pero ¿cuál era la convicción de Adorno del tópico en cuestión?

En la carta abierta que dirigió a Benjamin, en la que inicia 26 años de desacuerdos acerca de si el arte puede generar conciencia proletaria o no, enfoca su crítica al subjetivismo psicológico y al romanticismo a-histórico que él creía ver en el ensayo de Benjamin: "*París, la capital del siglo XIX*". En este documento, califica de "mito" a la valoración de su detractor respecto a las bases de la inspiración del arte concordadas por ambos, pues estarían llevando al proletariado a una "nostalgia romántica" sólo útil a una "unidad primaria con la naturaleza, pero poco productiva para afrontar al capitalismo burgués" (Benjamin citado en Jameson, 1977, p. 100-109).

Con respecto de la potencialidad del arte como vehículo hacia la conciencia social, Benjamin designó el "aura estética" de Adorno (denominación con la que descalificaba la capacidad efectiva del arte de ser un vehículo de la

conciencia social) como un "testimonio de la cultura burguesa", sólo útil para satanizar la producción artística por su supuesta proclividad capitalista. Benjamin distinguió así la función progresiva de la reproducción técnica en el arte, como un camino hacia nuevas apropiaciones de conciencia ideológica por las masas. En otras palabras, Benjamin apoyó la idea de que el arte popular podía construir conciencia social comprometida con la lucha de clases, usando las teorías de Adorno.

Para ensamblar las diferencias entre el arte culto y el popular, Adorno rebatió a Benjamin arguyendo que aquella tecnificación no es menos evidente en "la música atonal vienesa" que en las "comedias de Hollywood". Él creía que el arte popular, como aquel de las películas hollywoodenses, era precisamente un vehículo de la "ideología burguesa" y no aquella herramienta de la emancipación clamada por Benjamin, incluso en sus expresiones más progresistas como aquella de Chaplin ("*El Gran Dictador*", 1940) para nombrar alguna.

Benjamin replicó que el entretenimiento no es claramente distractivo a la lucha de clases, sino que más bien la podría vigorizar. Desarrolló así la idea de que tal distracción a un cinéfilo experto puede ser tomada de alguna manera como prototipo estético. Sin embargo, estos argumentos no eran nada más que un romanticismo secante para el humor del Instituto de Frankfurt. Para los marxistas radicales y su determinismo económico, las ideas de Benjamin implicaban que la sociedad comunista no habría abolido la fatiga laboral que genera la necesidad de distracción, por eso el arte no podría transformarse en aquella sensibilidad "emancipadora". En términos políticos, el criterio de Benjamin habría sobredimensionado la noción de Lenin con respecto a la "espontaneidad" de la clase trabajadora, que les serviría a los proletarios para dominar el potencial progresivo y significado latente del arte en aras de resistir al Capitalismo. Adorno vio esta perspectiva como *naïve*.

Finalmente, Benjamin fue acusado de ignorar las determinaciones sociales de la reproducción de la diversión, asunto que estaba específicamente reproduciendo la cultura del Capitalismo de las manos de las *Industrias* (Benjamin citado en Jameson, 1977).

En la concepción de Adorno, el arte debería ser un medio para entender la realidad, no una forma de ignorarla. Al respecto otro miembro de la Escuela, Georg Lukas, apoyó la idea de que el arte era propiamente una "imitación de la acción". La acción no se debía interpretar a la luz del materialismo histórico; aunque ciertamente la "imitación" rememoraba el inquebrantable propósito de todo arte válido de reflejar la realidad. Sin embargo, asalta la

duda de cómo conciliar la necesidad de una consciencia de la realidad – comunista– con una consciencia autónoma e irracional que definitivamente mueve al arte moderno, tal como al surrealismo.

Jameson (1977, p.148-150) piensa que las ideas de Adorno no eran tanto un ataque marxista al modernismo, sino una expresión distintiva de él, es decir un matiz vanguardista desde el marxismo. Berlot Brech tuvo una visión concreta de este asunto, pues pensaba que el *High Art* era política e ideológicamente un nihilismo moderno. Pero Adorno se reusó a condenar al arte culto a un rol secundario e inevitable, como Brech parecía sugerir. Sin embargo, la sola posibilidad de un arte moderno político exitoso era tanto como confinar a la estética marxista a las formas disponibles del arte burgués, es decir a condiciones meramente contemplativas. Obviamente, también era de igual preocupación tener que darle la razón a Benjamín. Convenientemente, estos mismos dilemas estaban bajo el escrutinio de los propios surrealistas en Francia durante los años 40.

En este contexto, la controversia del compromiso del arte se transformó en un asunto urgente. Entonces, y con la ayuda del enfoque de Sartre, Adorno mostró cómo las piezas de arte moderno tienden a decaer en productos culturales “lado a lado en el panteón de la edificación opcional”. En semejante coexistencia, se profanan recíprocamente:

“Si una pieza de arte sin el buen propósito de su autor, aspira a un efecto supremo, no puede realmente tolerar un vecino a su lado. Esta intolerancia beneficiosa no solamente se aplica a trabajos individuales, sino para los géneros estéticos o actitudes tales como aquellas alguna vez simbolizadas en controversia con el compromiso” (Adorno, 1978. p. 177 -195).

IV. Surrealismo y Política (Adorno, Dalí, Lenin y Hitler)

En 1934, Salvador Dalí pintó una extraña pintura denominada “El destete del mobiliario-nutricional” (Fig. 3). En esta pieza, Dalí ilustró una *swastika* atada al brazo en uno de los personajes retratados. El pintor español se justificó diciendo que estaba tratando de reflejar la ideología fascista con curiosidad científica. Sin embargo, sus detractores encontraron en esta obra “una peligrosa fascinación e incluso admiración” del autor hacia los valores del nazismo. A consecuencia de estos eventos, en febrero de 1934



Fig. N°3: “El destete del mobiliario-nutricional” de Salvador Dalí (1934).

André Breton juzgó a Dalí ante la corte surrealista bajo cargos de “simpatía nazista”.

En consonancia paradójica con las ideas de Adorno, se debe decir que el movimiento surrealista fue concebido como una respuesta práctica del modernismo para reivindicar el arte como un instrumento de la utopía comunista. Así, en la cabeza de Breton la fascinación de Dalí con Hitler amenazaba con llevar a la ruina al surrealismo exponiendo sus debilidades ideológicas, amén de sus intentos de caracterizarse a la “izquierda” en la producción ascética. Para desgracia de Breton, la defensa de Dalí parecía acarrear la propia llamada de Breton en el primer Manifiesto Surrealista a producir piezas “fuera de las preocupaciones ascéticas o morales”.

Aun al dirigir su atención a Hitler, Dalí analizó el fenómeno nazi a través del lente de las *Industrias Culturales* bautizándolo como “síntoma apocalíptico de la alienación y auto-agresión que aflige a sociedad burguesa” (Dalí en Greeley, 2001, p. 465-492). Incluso con aquella explicación –enunciada apropiadamente– los amigos de Dalí (entre ellos Paul Eluard) estaban desilusionados: “Es absolutamente necesario que Dalí encuentre otro objeto de delirio. La escogencia de Hitler, incluido el plano en el que Dalí lo sitúa, es inaceptable” (*Ibidem*, 465-492). Queda claro que lo que estaba bajo juicio era la “consciencia autónoma” –el “sutil frenesí” que inspiraba a Dalí– y no el mensaje objetivo o adjunto de la pintura, simplemente porque el significado social de “El destete del mobiliario-nutricional” es imposible de leer, sino a través de los ojos del pintor español.

Pero esta pintura no fue la única de su especie. El retrato que Dalí pintó de Lenin en una postura radical de desnudez denominado “El enigma de Guillermo Tell” (1933/Fig. 4) puso a Breton tan furioso que incluso trató de romper la pieza. Más allá del hecho de que el retrato era supuestamente la contribución de Dalí a la causa del comunismo; un Lenin arrodillado, usando una versión coja del sombrero característico de Guillermo Tell, escasamente vestido con una camisa y chaleco burgueses, no era precisamente un instrumento de propaganda socialista. Más aún, el ícono más controversial del cuadro eran las nalgas de Lenin, tan alongadas que necesitaban ser sostenidas por una muleta de madera, mostrando al gran líder comunista ridículo y afeminado. Más que retratar a Lenin como el líder de la revolución, Dalí lo evoca como una figura paternal burguesa que provoca una ansiedad edípica y asco.



Fig. N°3: “El enigma de Guillermo Tell” de Salvador Dalí (1933).



Fig. Nº 5: "El Enigma de Hitler" de Salvador Dalí (1938).

El ejemplo final, el "Enigma de Hitler" (1938/Fig. 5) subraya la obsesión paranoica, antes que científica, o incluso política, de Dalí con el líder germano. Al respecto, Dalí explicó su encanto con Hitler en su autobiografía ("El Diario de un Genio", 1953-1964): "El trasero gordo de Hitler, especialmente cuando lo vi aparecer en uniforme, excitó en mi una emotiva y deliciosa degustación originada

en la boca, provocándome un éxtasis Wagneriano (...) Frecuentemente sueño que Hitler es una mujer. Su carne, que la imagino más blanca que el blanco, me encanta. Pinté una enfermera hitleriana mojada, sentada, tejiendo un charco de agua... No había razón para dejar de decir que para mi Hitler encarnaba la perfecta imagen de un gran masoquista que desata una guerra mundial solo por el placer de perder y enterrarse asimismo debajo de las ruinas de un imperio" (Dalí en Greeley, 2001, p.479).

Para fabricar un producto cultural capaz de reflejar la realidad objetivamente, las industrias lo tienen que validar socialmente. Al respecto, existen dos posiciones de objetividad que están constantemente en tensión. (1) Un trabajo de arte comprometido desnuda la magia de una pieza que está conforme con ser fetichista y (2) las piezas de arte se terminan asimilando a la existencia contra la que protestan.

En palabras de Adorno (1978), el modernismo es un pasatiempo inoperante para aquellos que quisieran dormir en medio del aluvión que los amenaza en un apolitismo que en el fondo es profundamente político. Esto pareciera describir la conducta daliniana de curiosidad antes que de compromiso en su "Destete de Mobiliario-nutricional". Sin embargo, semejantes trabajos antes que una distracción de la batalla de los intereses reales, de los que nadie está exento, mostraron a Dalí retozando a favor del Capitalismo. Aunque Adorno reconoce a las piezas del español como de arte culto, las encuentra claramente en el "bloque burgués".

Por otro lado, para el modernismo autónomo –tal como el de la primera filosofía surrealista– la conciencia social es la catástrofe espiritual que transforma el arte en, otra vez, burgués. Adorno piensa que una vez que la mente renuncia al deber y la libertad de su propia objetivación, ha abdicado. Por lo tanto, las piezas de arte terminan siendo cooptadas por la razón contra la que protestan. Subsecuentemente, el arte comprometido desatado de la realidad, en tanto arte, no tiene utilidad alguna.

La exclusión de Dalí del movimiento surrealista prueba precisamente que el movimiento de Breton no estaba fuera de "las preocupaciones morales o estéticas" –como mandaba el manifiesto– sino más bien subyugado por la doctrina comunista. Sin lugar a dudas, el compromiso marxista para pesar de Adorno, descompuso a la esencia del surrealismo. Ciertamente y aunque expulsado, Dalí seguía siendo "surrealista" o "el surrealismo personalizado" como él mismo expresó. Sea como fuere, el "arte por el sólo propósito del arte niega por su ambiente absoluto una conexión imposible de erradicar con la realidad, que es *a priori* un polémico intento de hacer al arte autónomo de lo real" (Adorno, 1978, p. 178).

Contrariamente, los surrealistas aspiraban a tener un método autónomo de reflejar la realidad. Al respecto, hay consideraciones que se deben hacer: (1) La realidad es concebida como una construcción de la psique humana, por lo que las concepciones surrealistas de la sociedad se acercan más a la teoría de Adorno sobre las *Industrias Culturales*. Para ellas, el Capitalismo reduce todas las aspiraciones a "valores de mercado, imposturas religiosas, aburrimiento universal y miseria". Pero paradójicamente a esta proposición de Adorno (2), el surrealismo concibió el autonomismo –cautivado por la teoría de Freud sobre los sueños– como una táctica para liberar la imaginación revoltosa y caótica del mundo onírico para interpretar la realidad. El autonomismo –una amenaza individualista para Adorno– propuso que la producción de una imagen debería abandonar el control consciente. Ciertamente, el método paranoico-crítico rechazó el rol dinámico del imaginario al servicio de la crítica social para las artes y la producción creativa. Así, cada imagen dada está abierta a múltiples interpretaciones. Dalí propuso sistematizar estos posibles valores en un análisis operativo de la realidad. Argumentó de esta forma que a través de la deliberada simulación de la paranoia, cualquier sujeto envuelto en su método podría ser capaz de demostrar que la realidad no es una entidad arreglada (predeterminada) a la que el individuo responde, sino un constructo nacido de la comprensión individual del mundo. Entonces, (3) el método paranoico crítico mostró el camino a la crítica del campo simbólico, como una parte integral de cualquier interrogante de las relaciones sociales.

Más que una crítica, el método paranoico-crítico propuso un ataque calculado a la existencia burguesa, capaz de destrozarse los intentos del Capitalismo de encasillar al yo, mientras transformaba al mundo en una sociedad comunista.

Claramente, Dalí mostró al surrealismo capaz de proponer una estrategia de interpretación activa de los eventos sociales y políticos a través de la producción de conciencia imaginaria e inestable. Obviamente, esta paranoia se opone radicalmente a la idea de las culturas y los *mass media* subrayando

que la realidad es una construcción del inconsciente y es concebida individualmente. Sin embargo, para Breton y los surrealistas comprometidos, el resultado de la producción autónoma de Dalí, de la utilización de sus metáforas desestabilizadoras, estaba desestabilizando más bien a la utopía comunista antes que al espíritu capitalista. No es casualidad que fuera Lacan, y no Adorno ni ningún otro entre los pensantes marxistas, el solitario interesado en la paranoia daliniana.

En beneficio de Adorno, queda claro que el arte culto no puede generar solidaridad social siempre que sus mensajes estén contruidos por la conciencia autónoma de la realidad. Sin embargo, el arte puede expresar mensajes políticos; aunque sin resignar su esencia egoísta. Dalí pintó a Hitler y Lenin, Picasso al Guernica y Diego Rivera a Marx, Trotsky y a Stalin, pero todos ellos sin otro compromiso que el de su convicción e inspiración autoconscientes. Ahora bien, la utopía del Instituto de Frankfurt por un arte comprometido fue aniquilada por el mero concepto de las *Industrias Culturales*, así como el Surrealismo como propuesta política por André Breton, desde el momento en el que aspiraba a colectivizar la conciencia social. Aquí, el método paranoico-crítico podría haber sido el eslabón perdido de Adorno para ofrecer al arte moderno un método capaz de conectarlo con la realidad y liberarlo así de la sospecha de la distracción capitalista. Sin embargo, el método representa en la práctica una sensibilidad, una forma de percibir la realidad hecha de un constructo individualista e inútil para colectivizar a la sociedad en la edificación de una identidad común, o incluso de reafirmar la conciencia falsa del propio capitalismo en última instancia.

V. Conclusión

La historia ha demostrado que el arte moderno, aún comprometido ideológicamente, no puede generar determinaciones sociales tales como la conciencia o la colectivización social (claramente tampoco la resistencia al Capitalismo), éstas son resultado generalmente de los procesos de ideologización de las identidades sociales o producto de la socialización política. Esta constatación hace del arte comprometido un cometido tan fatuo como inútil en su propósito altruista. Sin embargo, los artistas modernos han utilizado su ideología –en muchos casos comunista– para interpretar y criticar la realidad. Ahí están el realismo soviético con su falta de pudor para encubrir sus intereses propagandísticos, o las magníficas piezas de Picasso burlándose del capitalismo en el corazón de Wall Street, las de Diego Rivera y sus alegorías a Marx y Trotsky en el pleno Rockefeller Centre y las de Dalí y su delirio católico y fascista. El punto es que aunque el arte moderno, y cualquier arte en general, pretenda ser un instrumento de la divulgación ideológica,

la producción de conciencia depende ciertamente de las interpretaciones autónomas e individuales de quienes los admiran. En palabras más claras, si Breton no podía interpretar el “irracionalismo” daliniano de sus piezas políticas ¿cómo podría haberlo hecho un proletario?

De todos los surrealistas, Dalí sobresale indiscutiblemente. Sin embargo, su trabajo parece contradecir permanentemente el ideario del manifiesto de Breton, pues si los surrealistas concebían su arte “como un instrumento de la utopía comunista”, Dalí lo utilizaba para desacreditar a los líderes socialistas a título de su paranoia crítica; y cuando los surrealistas vindicaban la producción de arte “fuera de las preocupaciones ascéticas o morales”, Dalí abrazaba vigorosamente al catolicismo pintando santos y aparecidos, siéndole rentable así a la expresión de dominio más autoritaria, cual era la Iglesia Católica para Breton. Amén de su proclividad a fantasear con las caderas de Hitler.

El propio Dalí definió su método en la categoría de “conocimiento irracional” basado en el “delirio de la interpretación”. Simplemente, el surrealismo era el proceso por el que Dalí encontró caminos únicos para percibir el mundo circundante, un mundo ciertamente real y cultural. Muy a pesar de Adorno, Dalí es uno de los pocos artistas modernos que pudo conciliar una producción de conciencia autónoma con el compromiso con la realidad social, asunto que hubiera materializado el sueño de Frankfurt de un arte moderno proactivo al comunismo. Sin embargo, su delirio irracional (su sutil frenesí) por más comprometido que haya podido ser, era al final del día simplemente hedonista.

SEGUNDA PARTE

I. ¿Puede la conciencia social ser hedonista?

Queda claro que el arte no puede colectivizar la conciencia de clase –aunque por el mismo dilema tampoco podría reproducir la alienación– pues la resistencia o expansión del orden social sucede a base de construcción de comunidades ideológicas de sentimiento. Entonces ¿por qué llamar al arte moderno una industria cultural si no se pueden medir su consumo ni la mecanización de su mensaje en el contexto de la producción industrial capitalista?

Empero, Theodor Adorno (1978) estaba eventualmente en lo cierto cuando afirmaba que el arte moderno era, por su carácter hedonista, un pasatiempo inoperante y distractivo. Su buen deseo para la sociedad era la eliminación del goce (de la felicidad) en aras de conseguir el estrés necesario para la lucha de

clases, para cumplir así con la profesía de Marx a través de la construcción de la conciencia proletaria; asunto imposible de lograr con trabajadores “felizmente” explotados. Contrariamente, la utilidad social del arte está quizá precisamente en su carácter placentero. Si como postulaba Dalí, la autonomía consciente libera la “imaginación revoltosa para interpretar la realidad”, el hedonismo es el único camino para construir conciencia respecto a la realidad a través del arte.

Desde la perspectiva de John Stuart Mill y Jeremy Bentham (en Jary, D. & Jary, J., 1991, p. 661) –asociados al desarrollo de las ideas del utilitarismo– el hedonismo promueve la noción de que la meta en la vida debe ser el descubrimiento de su utilidad, que podría estar fastidiada por el prejuicio individual y la ignorancia. Sin embargo, el comportamiento que aumenta la felicidad y reduce el dolor, debe ser fomentado; y aquel que genera infelicidad, proscrito. El hedonismo implica un modelo de acción social en el que los individuos racionalizan la búsqueda del bienestar propio; siendo que la sociedad no es sino el agregado de individuos, aglomerados en la consecución de sus metas personales.

Cuando el compromiso social nace de la convicción e inspiración autoconscientes –del método paranoico crítico u otro– aún el más altruista y militante de los artistas, termina entregado a su visión utilitarista y, por lo tanto, hedonista de la realidad. Para discutir esta proposición, propongo estudiar en esta segunda parte al arte comprometido a partir de las herramientas de la sociología de la esperanza. Aplicaré las ideas de Albert Camus (1951) respecto al “mito” en su trabajo “El Hombre Rebelde” a piezas de arte contemporáneo latinoamericano que muestran al “Che” Guevara en calidad de “santo”. Pretendo así establecer la conexión entre el compromiso social y la autonomía autoconsciente de la producción artística.

II. El rebelde

En octubre de 1967, Ernesto Guevara de 37 años (“Che”), conocido en el mundo por su participación en la revolución cubana de 1959, muere asesinado por un soldado boliviano, luego de haber sido declarado prisionero por el Ejército. Guevara lideraba una guerrilla en contra el capitalismo boliviano y demandaba convertir al país más pobre de Sudamérica al socialismo. Tan sólo un año después de su muerte, su imagen era el ícono de “libertad y justicia” usado por estudiantes y trabajadores, artistas vanguardistas y creyentes de la sociedad comunista, en contra del capitalismo francés. Mayo del 68 parisino trajo a la esfera pública no solamente una rebelión y el pasajero miedo de la disolución de la quinta república de Charles De Gaulle, sino críticas confusas al dominio del Capitalismo y lecturas románticas de la dicotomía entre la

sociedad “injusta” y el advenimiento de la “utopía”. Este movimiento social gestó, además de las cosas obvias, nuevas manifestaciones de arte y un sentido inspirado de esperanza y rebeldía.

La cara del “Che” fue el retrato de aquel movimiento; aunque su significado no era consistente con las demandas de los estudiantes de autonomía y de mejores salarios de los trabajadores. Aún, él era el ícono por el que los protestantes simbolizaban su adherencia y reconocimiento político. Al respecto, la primavera francesa del 68 ha sido lo que Alberto Camus llamaría una rebelión. De Gaulle renunció, pero Pompidou, el ministro del interior durante la revuelta, fue electo en 1969 presidente de Francia de la mano de quienes combatieron contra él.

Realmente, el debate sobre mayo del 68 no es conclusivo respecto a la existencia de un proceso revolucionario o de una simple revuelta. Camus distingue ambos términos, rebelión y revolución, de la siguiente forma: “La rebelión es una apasionada pero desahuciada insubordinación contra el opresor”. Por otra parte, la “revolución es el uso racional y sistemático del terror para establecer la futura justicia” (King, 1968, p. 29). Todos los sectores involucrados en las protestas de mayo luchaban contra el *establishment* y en contra de lo que consideraban un “Estado injusto” al que deseaban sustituir. El proceso nunca llegó a ser obviamente una revolución. Camus argumenta que para determinar el deseo por la revolución, los rebeldes deben descubrir que la sociedad en la que viven es “absurda” y que amerita ser reemplazada con un nuevo y concreto orden político y social.

III. Lo absurdo

En “el mito de Sísifo”, Camus sostiene que la certeza de la muerte hace de la vida absurda. Él compara la suerte de Sísifo, la mítica figura griega que estaba condenada eternamente por los dioses a empujar una enorme piedra cuesta arriba, “sólo para verla rodar una y otra vez cuesta abajo” (Rhein, 1989, p. 61). El dilema de juzgar si vale la pena o no vivir la vida, es una frivolidad para Camus. Como lo es juzgar si el arte tiene o no utilidad social. La muerte es naturalmente un hecho con el que se debe lidiar. Pero, otra vez, la vida sigue siendo “absurda” en tanto la muerte acaezca. Sin embargo, Camus busca descubrir un modo de acción que nos enseñe a sobreponernos a esta situación nihilista. La acción propuesta para combatir al absurdo es, necesariamente, “la rebeldía”.

Ciertamente, los efectos más importantes del “Che” Guevara, en el comportamiento social, aparecieron luego de su muerte y no tanto en la política, sino en la cultura y el arte. En Latinoamérica, su caída fue utilizada

como un logro político por los enemigos del castrismo y la Unión Soviética, y como un instrumento de reclutamiento por ellos y sus aliados contra el capitalismo estadounidense. Pero más allá de aquello, la muerte del “Che” no trajo el avivamiento del pensamiento socialista o la explotación de guerrillas marxistas en sus países, como fuera su deseo. El proyecto de Guevara se evaporó rápidamente de la agenda política, pues el continente se alineó rápidamente al *Pacto por el Progreso*. Empero, su tragedia dejó un mito de implicaciones culturales, producto del sentimiento de esperanza plantado por su rebeldía en contra la calidad injusta de la sociedad. Este mito fue representado por el mismo ícono usado en Francia para desarrollar la lucha contra la idea del “absurdo” de Camus.

Es precisamente en “El Hombre Rebelde” que Camus se enfoca en los efectos sociales de la rebelión en contra del “absurdo” (King, 1968, p. 29). Pero la calidad absurda de la vida, que se origina de la certidumbre de la muerte, no puede ser realmente transada en los escenarios mundanos de la vida cotidiana.

La lucha contra la injusticia divina es simplemente imposible de ganar luego del postulado ético del cristianismo humanista. Sin embargo, una vez negada la existencia de Dios, “los hombres reconstruyen la creación a través de sus propios conceptos” (Rhein, 1989, p. 67). La idea de lo “absurdo” puede cambiar de sentido una vez que se asume que “no hay valores trascendentales” (King, 1968, p. 29), por lo que hay un camino para ir más allá del nihilismo. Estos valores pueden reforzar el sentido de que lo absurdo puede ser encontrado antes de la muerte final en conceptos como, por ejemplo, la “injusticia” o la “inequidad social”. La rebelión en sí misma es el fundamento para buscar valores que pueden verse en la relación entre los ciudadanos y los gobernantes. Consecuentemente, el enemigo del rebelde no es Dios, quien es el responsable en última instancia de promover la muerte a los seres humanos, sino el “Estado injusto” que es, en los hechos, responsable de suministrar “justicia y “equidad”. Tal como la condena tiene el rostro mítico en Satanás —entidad provista del poder magistral de Dios— al orden injusto le fue otorgado, por los enemigos coyunturales del orden social, la apariencia inconfundible del Capitalismo.

El “Che” Guevara se transformó en héroe más allá de sus logros terrenales, tan sólo por morir bajo el llamado de la lucha contra el Capitalismo. Camus sostiene que “el héroe de lo absurdo tiene que preservar la conciencia rebelde en su muerte”. Es un hecho que el rebelde político prefiere morir antes que vivir como esclavo, porque “su fe es en la justicia, antes que en la vida”. La prueba pública de su desprendimiento y sacrificio hacia la vida, se manifiesta

en la carta que el “Che” escribió a Fidel Castro antes de partir a la campaña boliviana. En este documento, ofrece entregar todos sus bienes materiales, y aún vida por la “causa”:

“Un día pasaron preguntando a quién se debía avisar en caso de muerte y la posibilidad real del hecho nos golpeó a todos. Después supimos que era cierto, que en una revolución se triunfa o se muere (si es verdadera) (...) Que no dejo a mis hijos y mi mujer nada material y no me apena; me alegre que así sea. Que no pido nada para ellos, pues el Estado les dará lo suficiente para vivir y educarse” (Guevara, 1966, p.142).

Naturalmente, la carta fue un apropiado instrumento de propaganda, útil a los estados comunistas para promover en los países occidentales la expansión de su sistema político. Pero más allá de la política, el texto retrata vívidamente al rebelde de Camus. Tal es así que la protesta francesa de mayo del 68 usó la misiva del “Che” para mostrar la dimensión del compromiso político en su lucha “antiimperialista”. Así, en las paredes de París el slogan de Guevara estaba escrito: “¡Hasta la victoria siempre, patria o muerte!”. Gracias a que la muerte vino primero, el mito del rebelde fue bien abonado a partir del trágico fallecimiento de Guevara, y su vida tuvo un sentido de utilidad social. En este caso, el mito se basa en la creencia de una dignidad humana común. Desafortunadamente, en la práctica esta creencia es frecuentemente destruida por la naturaleza humana propiamente. Entonces, “la primera consecuencia del rebelde es despertar conciencia en los individuos de su valor como humanos y de sus potencialidades como miembros de la especie humana” (Rhein, 1989, p. 64). La certeza de la muerte hace de esta conciencia creíble.

Por otro lado, la noción de la humanidad de un héroe hace cierto el hecho de que su lucha es una opción a tomar. El grito de guerra del “Che” se acompañaba con el retrato de Alberto (Korda) Díaz Gutiérrez, combinación que permitía mostrar al rostro perfecto del rebelde; un guerrero circunspecto, preparado para dar la vida por la causa. Morir por la revolución es la oposición personal del rebelde a la condición absurda del universo, por el consentimiento de la gente que lo sufre (King, 1968, p. 27). Consecuentemente, ésta entrega es una expresión de solidaridad pura con la causa contra el enemigo mutuo.

La historia muestra la existencia constante de estos guerreros —en la medida en que la condición absurda de la vida persista— pues, Camus arguye, “en los pasados 150 años, la misma protesta social ha sido repetida una y otra vez” (Camus en Rhein, 1989, p. 68), siempre relacionada a la injusticia e inequidad. Sin embargo, no todas las rebeliones se han transformado en revoluciones. De acuerdo a Camus, el rebelde debe buscar la moral filosófica o religiosa que demanda la unidad en el mundo, incluso si el mundo niega el significado

de la vida, que es la causa del pensamiento comunista (*Ibidem*). La unidad es posible si más personas abrazan el reconocimiento de un enemigo común o, en otras palabras, la misma definición de lo absurdo. Por ejemplo, la definición del “Che” Guevara del socialista rebelde reclama para tal propósito, unidad frente al enemigo común:

“El guerrillero (...) es el combatiente de la libertad por excelencia; es el elegido del pueblo, la vanguardia combatiente del mismo en su lucha por la liberación. (...); la guerra de guerrillas es la guerra del pueblo entero contra la opresión dominante” (Guevara, 1966, p.134).

IV. El mito y el arte, de Marx a Dios (del “Che” a Cristo)

En el siglo XX el rebelde individualista del XIX degenera en una combinación de anarquía subjetiva y de los principios objetivos del marxismo. Si asumimos que la figura del rebelde metafísico y romántico de Camus se parece más al mito del “Che”, no entenderemos su rebeldía vista en la lucha contra el Capitalismo. Camus arguye que “el absoluto histórico que Hegel postula en reemplazo de Dios, es la posterior deshumanización de la idea de revolución” (King, 1968, p. 33), pues la especie humana tiene control sobre su destino y sólo es parte de un determinismo histórico. Entonces, la prevalencia obvia del mito del “Ch”e en la esfera pública nos hace preguntar: ¿Cómo puede la unidad y solidaridad ser construida sin el humanismo y desde el materialismo?

Por un lado “uno puede vivir creyendo en nada, cuando uno establece un sistema de la ausencia de fe y acepta las consecuencias del nihilismo” (*Ibidem*). Por otro lado, y éste es el caso, la respuesta no tiene argumento político o religioso alguno. El mito del “Che” fue construido en el campo de la necesidad común de la lucha contra la injusticia social. En general, si el rebelde está limitado por cualquier amor por el mundo, más bien se esmera en transformarlo y oponerlo a su cruel creador, quien es precisamente Dios. No es de extrañar que los primeros rebeldes “metafísicos” atacaran a Dios como el “cruel” responsable de la injusticia de la creación (ahí está el ateísmo como alternativa a este problema). Los rebeldes descubren, sin embargo, que no son los suficientemente poderosos para destruir a Dios. En este contexto, Camus ve a Jesucristo como el gran mediador entre Dios y el hombre, capaz de resolver el problema de la muerte y la maldad apoyando al rebelde. Consecuentemente, Camus propone que “la rebeldía metafísica moderna es inseparable de la tradición cristiana”.

En una región de profundas raíces políticas tal como Bolivia, la rebelión metafísica del “Che” que los traductores marxistas intentaron promover, mutó de una perspectiva política a una religiosa; no tanto en el imaginario colectivo

como en el plano de la producción de arte popular y sacro. Ciertamente, su muerte lo transformó en el mediador entre Dios y el hombre para luchar contra la opresión. Si en Francia el “Che” fue el ícono de la libertad y justicia, en Latinoamérica fue el ícono de una tragedia que hacía reminiscencia al sacrificio de Jesucristo.

Sin embargo ¿cómo puede ser que un ateo sea el mediador de Dios en las mentes de los cristianos? (1) La teología de la liberación –un doctrina política latinoamericana– sostiene que un católico podría recibir el llamado de Dios a luchar contra la injusticia social por la vía armada como la alternativa final. Estas tendencias religiosas han permitido a los marxistas del continente ejercitar su catolicismo, sin remordimientos ideológicos y emprender proyectos políticos socialistas en el nombre de Dios. (2) Aunque Guevara se haya declarado ateo en innumerables ocasiones, la muerte en el humanismo cristiano es un evento de reconciliación con Dios, que encontró a Guevara en la lucha por la justicia social. En este contexto, el sacrificio del “Che” en Ñancahuazú es frecuentemente comparado con el *vía crucis* de Jesucristo, tal vez por la ética de la cultura católica, pero más claramente por ciertas evocaciones iconográficas. Al respecto, la imagen que guardamos de Cristo, gracias a la visión ideológica del arte sacro, es frecuentemente comparada con el famoso retrato del “Che” entrando en la Habana. Por otro lado, las fotografías que retrataron su muerte, tendido en la lavandería de Vallegrande, muerto con los ojos abiertos, barbado, con el torso desnudo y la herida de bala en el costado, dieron lugar a las interpretaciones de la inspiración autoconsciente de los artistas comprometidos.

La entrada de Jesús en Jerusalén, que es el símbolo del mito del catolicismo, tiene su propia versión en la entrada del “Che” en la Habana. El pintor cubano Manuel Mendive, ha retratado al “Che” montando una mula, tal como Jesús a un asno; aunque cargando su rifle en lugar de las ramas de laurel (Craven, 2006, p. 108). Si el laurel simboliza la llegada del reino para los cristianos, el rifle, el advenimiento del socialismo para los guerrilleros. El pintor boliviano Gil Imaná fue un poco más allá en tales reminiscencias cuando creó su Che-Cristo (Querejazu, 1999, p.158/ Fig.6). Esta pieza muestra a un “Ace Home” estigmatizado, pero con una adherencia de “curiosidad científica”, como diría Dalí. Precisamente, acompañando a los estigmas cristianos (heridas de los clavos y el



Fig. Nº 6: “Ace Home” de Gil Imaná (s/f).

costado) hay un orificio de bala que representa la forma en la que fue muerto el “Che”. Tal como en el cristianismo, donde las imágenes del *vía crucis* son la ilustración vivida del sacrificio, los últimos días del “Che” son recordados con una lectura religiosa que desde la autonomía del escultor, volcó el mito del rebelde en la invención del santo.

Camus creía que “la mentalidad revolucionaria se desarrolla en los intentos de artistas para contender al absurdo”, coincidiendo de alguna manera con Adorno en el propósito de resistir la opresión del “orden dominante”. Esto relaciona el deseo de unidad y belleza expresado en el arte, con nuestra aspiración expresada en las instituciones políticas y afirma que “la habilidad del arte para corregir el desorden material y proveernos de nuestro refugio anhelado en el pasaje del tiempo” (King, 1968, p. 30).

Debe decirse, que la imagen del “Che” en Latinoamérica también se venera como la de un santo, como resultado de las correlaciones entre los deseos políticos y los religiosos, y que el Santo, en el sentido católico, contiene la idea del mediador de Camus entre el hombre y Dios en la lucha por la justicia. En Ñancahuazú, el pueblo donde fue asesinado Guevara, una capilla fue edificada en el lugar donde se le disparó. La imagen principal del altar no es la Virgen María, es la versión guerrillera de Cristo. Ahí, otro artista boliviano, Alejandro Aguilera, ha reinventado el retrato del “Che” (Fig.7) a partir de la tradición de talla de madera usada en los santos católicos, representando otra versión de un “Che” Cristo (Craven, 2006, p. 111).

V. Conclusión

En “El Hombre Rebelde”, Camus practica la ironía cuando describe la arena política donde el héroe se desempeña. Como Bertol Brech explicaba, el rebelde romántico impedido de “hacer” mueve su esfuerzo a “parecer” y luego se transforma en un “coqueto” y actúa su vida en frente al espejo de la opinión pública, imitando el ideal del súperhombre antes que siéndolo realmente. Claramente, el mito del “Che” ha reescrito la vida del guerrillero, porque él está impedido de vivirla. Razonablemente, el “coqueteo” es una “imitación a Dios y un intento de hablar con él como igual” (King, 1968, p. 32).

En 1970, el Ejército de Liberación Nacional (ELN), reorganizado, reinició operaciones en la región de Teoponte, Bolivia. Muchos de los nuevos rebeldes eran católicos (sacerdotes algunos) y resolvieron el dilema de conciliar la propuesta de Cristo con la de la utopía socialista, proclamando la santidad del “Che”. Pero la paradoja final muestra que aunque los rebeldes tienen un claro concepto de justicia (qué es un don divino) tan pronto actúan, se encuentran

a sí mismos cometiendo injusticias (que es un acto humano). Esta nueva guerrilla no pudo tampoco crear la utopía socialista, ni siquiera usando el mito, pues sus actos reforzaron las nociones de lo absurdo.

Camus traza una tendencia similar para moverse de un deseo ilimitado de libertad a un deseo de total destrucción en algunos de los más influyentes filósofos y poetas del siglo XIX. Con este carácter, la rebelión fracasa cuando el rebelde olvida la tensión que levanta, pues “su deseo de remarcar que el mundo está sujeto a límites descarnados impuestos por su apego individualista, le hace perder su habilidad de cambiar la naturaleza de la realidad” (Camus en Rhein, 1989, p. 72-73).

En tiempos cuando la filosofía no es más la madre de la ciencia –tal vez la bisabuela romántica y pasada de moda– una digresión sobre el heroísmo puede ser anacrónica. Sin embargo es mi interés discutir el énfasis de Camus sobre la rebeldía y cómo puede vincularse a la necesidad humana de tener una alternativa de valor racional contra lo absurdo.

Que el arte conciba al “Che” como un Santo –o el que las caderas de Hitler a alguien le parezcan sensuales– suena irracional cuando pensamos en que las teorías de Marx se basaban en la “razón pura”. Para Camus tales expresiones estarían fundamentadas en no más que la fe en la profesía, o en la autonomía –incluso paranoica– de sus creadores. Asimismo, el autor plantea que todas las formas de totalitarismo han derivado su justificación en las enseñanzas de Marx o Hegel (Rhein, 1989, pp. 72-73).

Sin embargo, el papel del “Che” Guevara en esta tarea (de santidad onírica) afecta más al sosiego social antes que al avivamiento político de las ideas comunistas, en tanto el rebelde se transforma en mediador de los intereses del pueblo ante Dios. Por lo tanto, pensar en el “Che” cual santo implica que la sociedad aspira a perder el estrés de la lucha de clases, en aras de la esperanza y a través del goce.



Fig. N° 7: “Che Cristo” de Alejandro Aguilera (s/f).

Consecuentemente, los proponentes del arte sacro político (mostrado en este ensayo) expresan su posición política, pero a través del hedonismo más puro en tanto distraen a las masas de su condición de proletarios, tal como temía Adorno (hacen pensar que el “Che” es un santo y no un guerrillero).

En conclusión, cada pieza de arte, sea conservadoramente realista o valientemente surrealista, tiene un mensaje que frecuentemente es cultural y, cómo no, político. Dicho mensaje puede ser crasa o sugerentemente político, pero siempre comprometido con la realidad. Sin embargo, la significación o el sentido de estos mensajes tienen tantas interpretaciones como individuos existen.

VI. Bibliografía

Adorno, T. & Horkheimer, M. (1998). *Dialectic of enlightenment*. New York: Ed. Continuum.

Adorno, T. (1991). *The culture industry : selected essays on mass culture*. London-UK: Ed. Routledge.

Axford, B. & Huggins, R. (1997). *Anti-Politics or the Triumph of Postmodern Populism in Promotional Cultures*; in Public Jaynost. Vol. 4, Number 3, P. 5-25.
Bronner, S. E. (1999). *Camus, Portrait of a Moralizer*. U.S.A: University of Minnesota Press.

Cook, D. (1996). *The Culture Industries revisited: Theodor Adorno and Mass Culture*. London –England: Rowman and Littlefield Publishers, Inc.

Craven, D. (2006). *Art and Revolution in Latin America (1910-1990)*. U.S.A.: Yale University Press.

Díaz Gutierrez, Alberto (Korda); Che 1960, Colección Privada.

Gebhardt, W. (2000) *High Culture, Popular Culture, Socioculture. Borders Disappear and Cultural Politics Do Not Know How to React*. In *Soziologische-Revue*. Vol.23, Number 1, p. 24-31

Guevara, Ernesto (1997). *Carta a Fidel, Obras Completas*. La Paz-Bolivia: Plural Editores.

Greeley, R. A. (2001). *Dalí's Fascism; Lacan's Paranoia* In *Art History* Vol. 24; Number: 4 Pp. 465-492.

Jameson, F. (1977). *Presentation III, 'Letters to Walter Benjamin'*; in *Ernest Bloch, Georg Lukacs, Bertolt Brecht, Walter Benjamin, Theodore Adorno, Aesthetics and Politics*. London: NLB.

Jary, D. & Jary, J. (1991). *Sociology, dictionary*. United Kingdom: Harper Collins Publishers.

King, A. (1968). *Camus, The rebel and the artist*. London-U.K.: Oliver and Boyd.
Lazar, D. (2002). *The Unique Creation of Albert Camus, 'The Myth and the Rebel: Diversity and Unity'*. U.S.A: Yale University Press. Pp 130-150.

Querejazu Leyton, P. (1999) *Las Artes, Bolivia en pos de sí misma*, in Campero Prudencio, F.; *Bolivia en el Siglo XX*. Bolivia: Harvard Club de Bolivia.

Negus, K. (1998). *Re-Thinking Approaches to the Culture Industries*. International Sociological Association (ISA).

Rhein, Phillip H. (1989). *Albert Camus, 'The Rebel'*. Boston-US.A: Twayne Publishers.

Waterman, S. (1998). *'Carnivals for Elites? The Cultural Politics of Arts Festivals'* in *Progress in Human Geography*. Vol. 22, Number 1. p.54-74.



La estrategia política como estrategia comunicacional

¿Medios, mensajes y encuestas...
suficientes para la ingeniería electoral?

Lic. Fernando Molina Monasterios¹

Resumen

En condiciones democráticas, la política se divide en la que se hace fuera y la que se hace desde el poder. La primera clase de política, que es aquella de la que se habla en este artículo, es hegemonía pura, sin coerción. En esa medida es formalmente homóloga a la comunicación. Este artículo interpreta la política como una actividad “en forma” comunicacional, y en esa medida —es decir, en la medida de lo formal— como el posible resultado de una estrategia comunicacional preconcebida, cuyos elementos se describen en el artículo.

Palabras clave:

Comunicación y política, estrategia comunicacional, comunicación electoral.

¹ Comunicador por la UCB, periodista y escritor. Ganador del premio Rey de España al periodismo iberoamericano. Ha publicado varios libros y folletos, entre ellos “El pensamiento boliviano sobre los recursos naturales” (2009). Interesa aquí en especial “Bajo el signo del cambio” (2006), un análisis de tres procesos electorales (2002, 2005 y 2006). También ha publicado numerosos artículos en libros, revistas, periódicos y sitios web nacionales e internacionales.

I. Introducción

Los estudios de comunicación corporativa han demostrado que la situación comunicacional de una organización, que podemos comparar con un *ambiente simbólico* en el que ésta se mueve, influye significativamente en su comportamiento y su desarrollo (Van Riel, 1997). Una empresa, una repartición pública o un proyecto con credibilidad y simpatía tienen mejores posibilidades de interactuar exitosamente con sus públicos y cumplir sus objetivos que los que no poseen estas ventajas. Si la organización es de tipo político y no se encuentra en el poder, su propósito es crear y modificar el entorno simbólico en el que se mueve por medios eminentemente comunicacionales. Esta homología abre espacio a la formulación de una estrategia política que tenga las mismas características que la estrategia comunicacional de una organización.

El presente artículo comienza diferenciando la comunicación política de la electoral, para señalar que la primera es más amplia que la segunda, como se prueba en determinadas situaciones políticas, por ejemplo cuando la democracia es deficiente.

A continuación se describen las actividades políticas en los términos de una estrategia comunicacional.

II. Determinación del tema

“Estrategia” es la serie de pasos (cada uno de los cuales se llama “táctica”) que permite lograr determinados objetivos, en una situación de intensa lucha. Es un concepto sacado del bagaje militar; la estrategia guía a las tropas en la guerra, de modo que todos los esfuerzos bélicos confluyan hacia la victoria (Camacho, 1887).

Aunque usemos esta metáfora, a nosotros nos interesa la política democrática, es decir, una forma muy particular de política que no es la continuación de la guerra por otros medios, pues no procura la eliminación del rival, sino su superación en una competencia estrictamente reglamentada (que por eso es mejor comparar con el deporte), que debe ser permanente para introducir en el sistema un dinamismo incesante (pluralismo, alternancia en el poder), y que constituye una forma de garantizar no la predominancia de los más fuertes, sino la cooperación social en pos de objetivos comunes (Dahl, 1989).

En condiciones democráticas, la política se divide en la que se hace fuera y la que se hace desde el poder. Solo nos interesa la primera, que no es coerción

sino pura hegemonía. Y si le quitamos el aspecto coercitivo, la política se confunde con la comunicación. Se trata de una competencia democrática, lo menos violenta posible, en todo caso no letal, en la que el juego es producir mensajes, difundirlos, persuadir y movilizar a los públicos en torno a ellos. Desde el punto de vista formal, una estrategia política es una estrategia comunicacional. “Punto de vista formal” significa en este caso con abstracción de los objetivos (en la política no se quiere vender sino convocar), y de los contenidos (la política comunica principios, valores y visiones sobre la polis, demanda de una acción con razón y compromiso, por tanto no inconsciente ni conformista, y lanza mensajes que ofrecen una gratificación de largo plazo, no inmediata).

III. Diferencia entre comunicación política y comunicación electoral

Decir que la política democrática fuera del poder “es comunicación” no debe llevar a la frecuente reducción de la política (su estrategia, su comunicación) a la política electoral (la estrategia electoral, la comunicación electoral). En los países que viven en democracia hace mucho se circunscribe la política a la ingeniería electoral. Los presidentes de Estados Unidos, por ejemplo, gobiernan como si estuvieran en campaña, de acuerdo a los sondeos de opinión y traduciendo su gestión en una serie de actos de marketing político (encuentros con soldados, promulgación pública de leyes, viajes, etc.) Pero la ingeniería electoral no funciona cuando los procedimientos democráticos entran en cuarentena, como en Bolivia en la actualidad, o cuando se producen crisis en el poder, como ocurre en los países industrializados en un contexto de una recesión mundial. Esto prueba –por si fuera necesario hacerlo–, que la política es más amplia e importante que la ingeniería electoral. Ergo, la estrategia política subsume la estrategia electoral.

La necesidad de la ingeniería electoral surge de la complejidad de la sociedad. En una elección vecinal probablemente es suficiente un cartel que anuncie a los electores los nombres de los candidatos (ese cartel ya es, sin embargo, un embrión que ha de desarrollarse junto con el crecimiento de la elección misma). Hoy día, comicios a los que asisten millones y decenas de millones de personas requieren de la televisión y de lo que ella implica. Las particularidades de este medio influyen sobre el acto electoral y, en general, sobre la política.

La televisión tiene tres principales efectos:

- a) Personaliza la política, al convertir al mensajero en algo tanto o más importante que el mensaje;

- b) por tanto, disminuye la influencia de una cierta clase de mediadores, los políticos profesionales, volviendo menos previsibles las elecciones y convirtiendo a los partidos en “clubes electorales”; al mismo tiempo, pone sobre la palestra a otra clase de intérpretes, de índole mediática: los politólogos, los expertos en comunicación política, los periodistas, todos ellos especializados en darle un rostro a las ideas que se debaten en la sociedad, y en evaluar cómo éstas son encarnadas por los candidatos; y
- c) desacraliza la comunicación sobre lo público, bajándola de su situación de superioridad racionalista y mezclándola con las formas emotivas de la comunicación humana: la comedia, el entretenimiento, el chisme. De esa manera le resta dramatismo a la política, lo que puede ser positivo; aunque también haya una contrafaz: durante este proceso, la política pierde seriedad, responsabilidad y completitud.

Estos cambios, sin embargo, no están vigentes todo el tiempo. Son limitados por la pérdida de garantías democráticas y por las crisis económicas y sociales, cuando la gente sale a las calles, se produce una ola de protestas o el desempleo se dispara al punto de generar un grave malestar político.

Los adelantos de la ingeniería electoral han dado lugar a la evolución de las campañas electorales de lo que eran hasta lo que son en nuestros días. Los esposos Plasser (2002) reconocen tres diferentes estadios en esta evolución. Un estadio *premoderno*, “centrado en partidos y organizaciones”; uno *moderno*, “centrado en candidatos y orientado hacia la televisión”, y uno *posmoderno*, “orientado al mensaje y al marketing”.

Según los Plasser, las campañas que emplean técnicas y medios de las dos últimas etapas se producen prácticamente en todos los países democráticos del mundo. Son lo usual, en tanto que las campañas pre-modernas resultan cada vez más raras. La influencia de los consultores norteamericanos ha tenido mucho que ver en este hecho, pero solamente porque ellos, a causa de razones históricas que no tocaré aquí, tenían las respuestas que eran necesarias para resolver las dudas que crearon las nuevas realidades sociales y mediáticas.

De cualquier forma, lo cierto es que ha surgido y está en plena consolidación un conocimiento especializado, que forma parte de la comunicación y de la politología, útil para que el mensaje del candidato sea el mejor posible, y luego se distribuya eficientemente a

los electores. Este conocimiento no consiste en una fórmula para ganar, pues tal cosa no existe, sino en un conjunto de procedimientos para no perder de la misma forma en que otras elecciones fueron perdidas.

La ingeniería electoral no es un saber constituido según el paradigma de Galileo, que se despreocupa de los casos individuales y se concentra en las leyes capaces de explicar todos los sucesos de un mismo tipo, sino un saber análogo al de la medicina, disciplina para la cual cada caso individual es insoslayable, puesto que *es el enfermo*. Y cada enfermo resulta una expresión inédita e imprevisible de enfermedades ya conocidas o por descubrir; lo mismo que cada elección. Por tanto, el médico debe apelar sistemáticamente a hipótesis, es decir, a juicios cuya comprobación aún está pendiente, a fin de poder llegar, partiendo de los síntomas, a la causa que los explica: al diagnóstico. El médico no puede deducir este diagnóstico de una ley general, sin tomar en cuenta los síntomas específicos del paciente; y ni siquiera habiendo estudiado a miles de pacientes con la misma dolencia puede inferir de ello una ley que clasifique automáticamente al siguiente enfermo como un nuevo caso. Igual que Sherlock Holmes,² este hombre depende de indicios, de pistas, y de su ingenio para formular hipótesis explicativas. Lo mismo que un estratega político.

De ahí la importancia de la experiencia, del roce del asesor o del médico con el saber que es particular a su profesión. El famoso ingeniero electoral Joseph Napolitan (1995, p. 28) dictamina la inexistencia de una “Ley del triunfo electoral”, señalando que “en una campaña nada está garantizado” y, a pesar de ello, subraya la necesidad de tener experiencia: “Cada campaña es diferente –dice; todas las campañas son lo mismo”.

Para el estratega político, los “síntomas” son los resultados que obtienen las encuestas, y aunque últimamente se ha desarrollado un gran avance en este campo, lo mismo que en el de los medios tecnológicos de diagnóstico médico, la clave todavía está en el talento de quien lee los datos e imagina una interpretación que los explique, de modo que con el tiempo todos aprendemos cuán falible puede ser la medicina... o la ingeniería electoral.

Pese a dicha falibilidad, que es aceptada sin problemas por los mejores profesionales de este campo, normalmente se tiende a sobreestimar el poderío de la ingeniería electoral, atribuyéndole virtudes y defectos que no sólo no

² La idea de los dos paradigmas del conocimiento ha sido tomada de Humberto Eco y Thomas A. Sebeok, 1986, en especial del ensayo de Carlo Ginzburg.

tiene, sino que no podría llegar a tener. Aquí quiero citar largamente al asesor político argentino Carlos Alberto Germano (2002, p.51), que al respecto dice lo siguiente:

“Existe actualmente una tendencia generalizada a sobrevalorar la eficacia de las técnicas de marketing y comunicación aplicadas a la política. La política –se dice– es hoy fundamentalmente comunicación. Las técnicas para posicionar a un candidato no difieren esencialmente de las que se utilizan para posicionar un producto; en ambos casos se trata de detectar las necesidades –reales o imaginarias– de un segmento particular de la población, y de proponerle un producto que satisfaga sus expectativas. La consecuencia de esa sobrevaloración es que los encuestadores y los asesores de imagen aparecen como los nuevos gurús de la política, como aquellos que tendrían en sus manos las claves para el éxito o la derrota electoral”.

Lo interesante de esta cita es que puede aplicarse a quienes sobreestiman la ingeniería electoral porque la consideran la llave que abre, por sí sola, la puerta del poder, y hablan en términos de “productos” y de “expectativas satisfechas” como lo más normal del mundo; y de igual forma también a quienes opinan que esa forma de hablar es una prueba de las habilidades perversas de la ingeniería electoral, a la que sin embargo también califican como clave de acceso al poder, pero al servicio de oscuros grupos de interés. En otras palabras, la sobreestimación puede provenir de los mayores amigos y de los peores enemigos de la ingeniería electoral.

Algunos expertos, generalmente los peores, venden la idea de que todos los problemas pueden ser resueltos con tal de que se realicen suficientes encuestas, bastantes anuncios de TV y el número justo de campañas negativas; es decir, con tal de que se cuente con los recursos necesarios. Si esto fuera cierto, tendríamos que la adquisición de la tecnología electoral sería capaz de sustituir el *contenido* de la campaña, entendiendo por “contenido” los fundamentos políticos de la acción comunicacional.

Lo mencionado anteriormente es el *qué* de la política: la estrategia política, el programa electoral, la credibilidad del partido, la idoneidad intelectual y ética de los candidatos.

La adquisición de la tecnología electoral sería, en tal caso, la fórmula infalible para ganar las elecciones, con lo que éstas siempre serían dominadas por los más ricos³.

³ Entre nosotros, esto fue abiertamente planteado por Guillermo Lora en 1985, para justificar la pobrísima actuación del Partido Obrero revolucionario (POR) en las elecciones generales de ese año.

Pero nosotros ya sabemos que no existen métodos mágicos para garantizar el voto de la ciudadanía. Como dice Germano (Ibídem):

“El marketing político proporciona herramientas adecuadas al contexto en el que se desenvuelve hoy la actividad política, y por lo tanto puede servir para potenciar un proyecto determinado. Pero nunca puede sustituir el liderazgo político ni construirlo desde la nada. Sirve apenas para resolver el cómo de la política en su aspecto de comunicación. Pero la definición de lo esencial, del qué de la política, es una responsabilidad intransferible de quienes hacen la política, es decir, de los dirigentes”.

La sobreestimación de la ingeniería electoral de la que estamos hablando, más allá de sus motivaciones interesadas, se confunde con el “cientifismo”, es decir, con la inclinación a aplicar el paradigma de las ciencias naturales, el modelo de Galileo, a todo el conocimiento humano, incluso en las áreas donde no es viable.

Este intento, que corresponde con el deseo muy moderno de controlar el mundo, se remonta a la Ilustración y se da hoy como parte del positivismo. El cientifismo y el positivismo, sin embargo, no logran lo que desean, al plantear dogmáticamente la autoridad de la ciencia, porque la ciencia sólo puede avanzar cuando se libera del dogmatismo de la autoridad y cuando se subordina, no ante un método a priori, sino ante el “rendimiento” de éste o aquel procedimiento en cuanto a su correspondencia con la realidad.

Por otra parte, es bastante evidente que, como muestra nuestro ejemplo de la medicina, en la sociedad se dan situaciones y procesos que no es posible investigar con el método de la física, es decir, con aquel que sintetizara, entre otros, Galileo.

Una expresión típica del cientifismo es el culto a las encuestas, que así dejan de ser instrumentos para recolectar pistas, para leer los “síntomas” sociales, y se convierten en la quinta esencia de la realidad. Sin embargo, existen muchos estudios que ponen en duda que los sondeos tengan semejante penetración, pese a los avances técnicos de los últimos años. Mientras más complejo es el problema sobre el que se debe opinar, y menos conocimiento tienen los públicos de él, más posibilidades hay de que las respuestas a las encuestas terminen siendo incongruentes y contradictorias.

Por eso, quienes esgrimen los datos estadísticos como verdades incontrovertibles, y todavía peor, los usan para imponer sus propias interpretaciones de lo que sucede, caen en el dogmatismo que estamos señalando. Esta posición es todavía más cuestionable si en lugar de encuestas

se trata de “grupos focales”, cuya utilidad en la investigación de las opiniones es extremadamente limitada⁴.

Otra forma de culto a las encuestas es la negativa a apartarse de ellas para proponer salidas que vayan más allá de lo detectado en la realidad, acudiendo entonces a la ideología, a la intuición, a la creatividad, al *oficio político*. Los positivistas consideran todo esto anticientífico y lo descartan para en cambio seguir estrechamente a la gente, para no salir de lo que la gente ya piensa, andando de esta manera en círculos. Germano afirma (Ibídem):

“No es posible definir la política en base a las encuestas. El rol del dirigente político va más allá de repetir aquello que la gente ya opina. Lo propio de la política es trabajar para construir el futuro de una sociedad a partir de un proyecto, de una idea. Por esto es político, pero sobre todo el gobernante, muchas veces tiene que colocarse un paso más delante de su sociedad para proponer temas o perspectivas que quizá en ese momento no cuentan con el aval mayoritario. La apuesta del dirigente no es tan sólo acertar con lo que la sociedad ya piensa, sino también proponer alternativas y soluciones, confiando en que el valor de su propuesta podrá volcar la opinión en su favor”.

Un subproducto de esta negligencia, de esta falta al *deber político*, es la conducta varias veces observada en los partidos que consiste en dedicar una parte muy valiosa del tiempo de campaña, no a proponer ni a difundir sus proyectos, como correspondería, sino a debatir y a especular sobre las encuestas. Esto implica otra vez limitarse a lo que ya existe, en lugar de asumir la responsabilidad de transformarlo.

La concepción “positiva” y sobrevalorada de la ingeniería electoral es simétrica a otra que también exagera su capacidad de alterar las circunstancias políticas, pero considerando que tal cosa es un defecto, no una virtud. Esta posición condena la ingeniería electoral por considerarla culpable de una manipulación de enormes proporciones, totalitaria. Chomsky (2004) señala que “la propaganda es a la democracia lo que la cachiporra (es decir, el terror) a los regímenes totalitarios”.

Resulta entonces que tanto los defensores a ultranza, como los adversarios de la ingeniería electoral, comparten una misma concepción sobre la comunicación social, una visión que suele llamarse “hipodérmica” y que admite la posibilidad de “inyectar” ideas en la conciencia de los públicos receptores, si se recurre a los mecanismos adecuados.

Los primeros, a los que podríamos llamar los “integrados” de la ingeniería electoral, para usar el vocablo que Umberto Eco volvió famoso, sostienen esta posición con cierto cinismo. “Dadnos una elección –dicen– y les devolveremos un triunfo”. En cambio los segundos, los apocalípticos de la tecnología electoral, ofrecen la teoría “hipodérmica” de manipulación mediática como una prueba de sus alegatos en contra de la democracia representativa, a la que atacan convergentemente desde la derecha, por su dependencia del inculto ánimo popular, como hace Giovanni Sartori (1998), o desde la izquierda, por admitir el predominio de las élites de poder, como denuncia Chomsky.

El tránsito de las campañas premodernas, o de partidos e ideologías, a las campañas modernas, o de candidatos y mensajes, ha generado un conjunto de grupos perdedores, en particular los viejos políticos ligados a los aparatos partidistas, y los intelectuales más ideológicos o poco familiarizados con la comunicación y los medios.

Estos grupos principalmente, aunque no sólo ellos, han criticado la ingeniería electoral, afirmando que constituye un retroceso político respecto a los métodos políticos anteriores a ella. Estos críticos consideran que dicha inferioridad no sólo es ética, sino también propiamente política. La ingeniería electoral sería una vía menos adecuada que la práctica política tradicional para obtener (y en especial para asegurar) el poder democrático, específicamente en países subdesarrollados como Bolivia, donde los problemas sociales son muy complicados y la población está más politizada.

Consultores políticos como el ya mencionado Napolitan han tenido que bregar en contra de la resistencia de los sectores partidistas más “duros” y de los “compañeros de ruta”, que han chocado incluso en contra del uso mesurado y realista (sin ilusiones científicas) de las técnicas electorales, calificándolo como “cretinismo encuestario” o activismo mediático sin norte.

Esta posición, que esencialmente es reaccionaria, no debe confundirse con la crítica a la concepción dogmática de la ingeniería electoral, crítica que es imprescindible realizar, pero no para descartar los avances en este campo, con todo lo utópico que sería esto, sino para ubicar estos avances en su verdadero lugar, es decir, para reducirlos a su verdadera dimensión.

El tiempo no retrocede. Las condiciones sociales y mediáticas de las sociedades democráticas, incluso de las más atrasadas, no dejan lugar a opciones. Las batallas políticas de hoy requieren de un conocimiento, de unas prácticas y de unos instrumentos que no se pueden obviar y que, por otra parte, están a disposición de quienes los requieran.

Al mismo tiempo, la historia no es predecible y los logros de las sociedades, como por ejemplo la democracia, pueden perderse, creando condiciones en las que la tecnología ya no pueda usarse o sirva poco, mientras que las viejas formas de la política recuperan su vitalidad y poder.

Igual que otras tecnologías, la electoral está ahí para que la usemos. Al hacerlo la transformamos, ajustándola a nuestras necesidades y corrigiendo sus excesos y errores. A la vez, ella nos transforma a nosotros, creando nuevas habilidades, pero también nuevos problemas y peligros. El peor de ellos es, igual que en otros casos, creer que la técnica es un fin en sí mismo, un bien al que debemos propender, en lugar de ser un medio para alcanzar fines humanos.

IV. Elementos de la estrategia político-comunicacional

Es suficiente que una organización política exista y actúe para que, además de una organización política, sea también un mensaje o, mejor, un complejo de mensajes circulando en las múltiples redes comunicacionales del mercado y de la vida social. Además de los mensajes explícitos, los productos (libros, actividades), los servicios que se ofrecen y entregan (cursos, viajes, entretenimiento), las actividades de los líderes, el estilo de trabajo de los funcionarios, el aspecto de los uniformes, las pancartas o los materiales de trabajo, todo esto comunica (Eco, 1973).

Una organización política interactúa todo el tiempo con su entorno, es decir, está implantando en un “campo político” (según la expresión de Bourdieu que es tan célebre), e intercomunica con un nutrido conjunto de *públicos*, u “otros”. Y estos “otros” asociarán estas percepciones a imágenes, ideas y hasta narraciones completas que den cuenta de la organización política, la ubiquen en determinado contexto, expliquen sus actuaciones. Así es como se forma un conocimiento, cierto o falaz, de la organización, conocimiento que orienta a sus públicos al interactuar con ella, en momentos tales como la elección de una candidatura, o la participación en programas de transformación de la realidad.

La situación de una organización, por tanto, no debe entenderse únicamente como las percepciones, conceptos y hasta teorías que se generan en la gente respecto a lo que la organización es, sino también como el conocimiento de lo que puede dar o recibir, y sobre todo de lo que es posible hacer con y junto a ella. Ese complejo de mensajes que es toda organización circula en el mercado simbólico como un conjunto de valores de cambio (tal organización respecto de las otras) y un conjunto de valores de uso (tal organización respecto de las necesidades propias del público).

De ahí la importancia de tener una estrategia que organice el flujo de las emisiones voluntarias e involuntarias de una organización política. Los elementos de esta estrategia son los siguientes:

La existencia de una situación político comunicacional de la que se parte, implica la posibilidad de una situación político comunicacional a la que se llega. En otras palabras, el *ser* nos permite imaginar el *deber ser*.

Los primeros componentes de una estrategia, por tanto, son: un diagnóstico de la *situación de partida*, que debe elaborarse de acuerdo a los públicos que conocen a la organización; y, paralelamente, el diseño de una *situación política meta*, es decir, la determinación de cuál sería el mejor “estado”, factible de lograr, para el cumplimiento de los objetivos de la organización. Donde una de las aspiraciones básicas es integrar los diversos mensajes que emite la organización, tanto si son voluntarios como involuntarios, y convertirlos en un solo discurso coherente. Ésta es la lección que aprendemos de la comunicación estratégica (Van Riel, 1996).

Entre las situaciones comunicacionales de partida (el presente problemático) y de llegada (el futuro ideal), se tienden varias rutas o *líneas estratégicas*. Son cursos de acción en los que está implícita una preceptiva sobre la modalidad, sobre el estilo de la actuación. Esto debe ser así porque los medios tienen que adecuarse cuidadosamente a los fines. (Los medios se justifican por los fines, pero también los fines se justifican por los medios). Hacer algo no basta, hay que hacerlo de cierta manera, de una forma que conduzca al punto deseado y no a otro lugar. Tal es el arte de la estrategia. Y es difícil de cultivar, porque los públicos son activos, seleccionan y leen los mensajes desde diversos puntos de vista, generan “situaciones comunicacionales” de muchas maneras. Se busca acertar en un blanco móvil. Por eso la estrategia es un arte y no un método. No basta que los medios estén encadenados a los fines. Hay que asegurarse de que sean parte orgánica de tales fines, que estén investidos de su mismo espíritu. Con lo cual queda descartada toda posibilidad de elegir los medios de forma inescrupulosa, descuidada o arbitraria. Por ejemplo, si uno quiere incrementar el reconocimiento público de una organización no puede simplemente poner a su vocero a hablar sin parar en un programa de televisión. A la larga semejante medio se rebelará en contra del fin buscado.

Por eso la intervención del vocero debería tener un sentido cuidadosamente pensado, que más que conducir hacia el fin, lo realice o al menos comience a realizarlo. En nuestro ejemplo, el incremento del reconocimiento de la organización se logra directamente en la intervención televisiva, no se espera como una consecuencia ulterior. Se busca que la gente que vea el programa

quede impresionada y motivada por lo que se dice y por cómo se dice. Así que hay que pensar muy cuidadosamente en esto.

En una estrategia, la detallada descripción de los medios reviste tanta importancia como la definición de los objetivos.

Las líneas estratégicas son varias porque generalmente una situación política es compleja, es decir, comprende diferentes áreas de acción. Pero todas las líneas estratégicas apuntan y también deberían conducir a un mismo “lugar”, sorteando las dificultades que ya existen o que otros actores pueden interponer como respuesta a la acción estratégica misma.

Como el fin último de la estrategia es cambiar una determinada situación, esto es, el “estado” de la organización entre sus públicos, resulta lógico que uno de los medios elegidos sea la entrega de información persuasiva a esos públicos. Pero enviar información convincente a los públicos sólo es comenzar el trabajo. La mayor parte de las veces los públicos no pueden reconocer a la organización emisora, que se halla fuera de su umbral cognitivo, o no están atentos y pierden los mensajes.

En muchos casos carecen del tiempo, la motivación y las habilidades necesarias para traducir la información recibida a su propio bagaje intelectual y a su propio catálogo lingüístico (los cuales son, en el fondo, una misma cosa).

Por eso las líneas estratégicas deben ocuparse de imaginar motivos y ocasiones para establecer contacto entre el discurso de la organización y sus públicos, y deben crear “círculos de comunicación-acción” en los que los públicos puedan entrar y participar. En ese caso las acciones ya no se agotan en la difusión de un determinado discurso, sino que aspiran a la creación de una suerte de *ambiente virtual*, en el cual, igual que en los ambientes físicos, reinan “una temperatura y un nivel de humedad” parecidos, es decir, aparecen sentimientos, opiniones e incluso conceptos coherentes respecto a los temas que se tienen en común. En otras palabras, se trata de convertir los públicos “en sí” en públicos “para la organización”, conscientemente conectados con ella. Compartirán de este modo una misma “cultura” (aunque el significado de esta palabra sea demasiado fuerte para aquello de lo que en verdad se trata, lograr una tendencia a situarse en una posición semejante a la de los demás miembros de los públicos, lograr una colectivización parcial de las actitudes). El núcleo de dicha “cultura” concentra densamente los valores de cambio (A es mejor que B) proyectados por la organización, mientras que en la periferia de esta “cultura” flotan los valores de uso (A me es útil de tal modo; B, de tal otro). Por tanto, el núcleo de la cultura se

asienta dentro de la organización, mientras que la periferia puede abarcar inclusive a los públicos más externos.

Entonces, el verdadero propósito de una verdadera estrategia política no es otro que crear una nueva situación (que en gran parte es comunicacional) para la organización, es decir, un ambiente en el que se den condiciones estables de percepción e interpretación de los mensajes de la organización, intercambios simbólicos coherentes, y prácticas unitarias, y en el cual la organización pueda crecer con éxito, desplazarse hacia donde quiera ir y cooptar adherentes cuando necesite hacerlo.

Pero esto implica que la estrategia tiene que ser realista, es decir, que no debe proponerse una situación comunicacional meta tal como volver parte de la “cultura” de la organización al “público en general”, que en sentido lato equivale a toda la población. En realidad, ninguna organización, ni siquiera un gobierno, requiere cambiar su situación comunicacional respecto de un público tan general.

Una estrategia política tiene siempre un sujeto: la organización. Este sujeto se desdobra en dos: la dirección o sujeto primario (la percepción de los problemas y la voluntad de hacer de la cúpula ejecutiva de una organización es clave), y la militancia o sujeto secundario (que también es uno de los públicos de la dirección). Una estrategia no admite más sujetos —o factores activos— sin riesgo de intrincarse y perder su clara y hasta aguda intencionalidad, la cual es un rasgo propio de toda estrategia. Una estrategia sin intencionalidad práctica, sin un profundo deseo de jugar el juego de la mejor manera posible y ganarlo, se convierte en un libro más en un estante de la biblioteca de la organización, pura retórica. Estrategias así proporcionan una teoría sobre el ajedrez, cuando lo que se requiere son anotaciones para ganar la partida.

Es imposible armonizar —en el grado requerido por una estrategia— los objetivos comunicacionales de organizaciones diferentes que no poseen un interés común, porque la comunicación está estrechamente relacionada con el acrecentamiento o la disminución de la libertad (o, si se quiere, del “poder”). Un ambiente político-comunicacional es un “campo de fuerzas” con dirección única. Y el imán que atrae hacia sí a estas fuerzas no es otro que el beneficio del sujeto-emisor. Por tanto, la libertad de éste se incrementa al mismo tiempo que disminuye la libertad para actuar en una dirección diferente de las otras fuerzas involucradas. Por supuesto, una dirección inexorable de las fuerzas de un campo es imposible. Hay otros sujetos en el juego, como las organizaciones competidoras y rivales; pero sobre todo lo impide la libertad de los

individuos. Las organizaciones democráticas aspiran a una dirección más relativa y flexible de las fuerzas. Las organizaciones no democráticas actúan con “centralismo democrático”, es decir, condicionan todas las actuaciones públicas de los militantes a la aprobación previa del colectivo que en última instancia es la dirección.

Aun así, la estrategia queda en riesgo si fomentamos la existencia de un ambiente con varios imanes, cada uno creando sus propios campos, algunos de los cuales pueden ser repulsivos entre sí. Es indudable que deseamos crear el ambiente comunicacional por grado y no por fuerza, y que consideramos que la orientación de las fuerzas del campo en determinada dirección no sólo será beneficiosa para la organización, sino también para las propias fuerzas que así se orienten. Pero debemos asegurarnos de que la organización esté dispuesta a liderar el campo, a ser su gran imán.

a. Situación de partida

a.1. Apriorismo

Aunque la investigación de campo nos proporcionará información respecto a las preguntas que tengamos sobre los públicos, básicas para establecer la situación de partida, está sujeta a las proposiciones *a priori* que elabora el investigador-estratega al aproximarse a su objeto de estudio, antes de realizar el trabajo de campo. Estas proposiciones *a priori* consisten generalmente en hipótesis sobre: i) la clasificación de los públicos, ii) las percepciones de estos públicos sobre la organización, y iii) cuáles deberían ser los objetivos político-comunicacionales. En la práctica nadie opera de manera inductiva, es decir, nadie pone su mente en blanco antes de interrogar los hechos ni elabora hipótesis únicamente a partir de esos hechos. En realidad, la principal función del trabajo de campo es confirmar o refutar las hipótesis que formula el investigador-estratega.

Las proposiciones *a priori* provienen de destrezas tales como la familiaridad con el objeto de estudio, la experiencia y la intuición del investigador-estratega, y su conocimiento de los objetivos no-comunicacionales y comunicacionales de la organización.

a.2. Definición y clasificación de públicos

Una definición adecuada de los públicos concernidos es probablemente el trabajo más delicado y más difícil de hacer

durante la elaboración del diagnóstico de la situación de partida de una organización.

Algunas de las preguntas que parecen claves para el diagnóstico son las siguientes:

- ¿Cuáles son los públicos de la estrategia?
- ¿Es verdad que los públicos son como se cree?
- ¿Qué necesitan los públicos? ¿Es “difusión de mensajes”, como se cree a menudo, o la creación de espacios de encuentro e intercambio de experiencias?
- Si algunos públicos requieren capacitación, ¿qué clase de capacitación es ésta? ¿Qué experiencias anteriores de capacitación existen y cuáles han sido sus resultados? ¿Qué tipo de conocimientos y habilidades pueden adquirir los receptores de la capacitación? ¿Les interesa a ellos adquirir esos conocimientos y habilidades?

Habrá que tomar en cuenta estas y otras preguntas similares al redactar los cuestionarios y guías de la investigación de campo que se haya decidido (y que puede variar de metodología; no necesariamente usar la encuesta), para darle a la estrategia una base de datos.

¿Por qué los públicos deben ser clasificados y divididos en prioritarios y secundarios? Aun si fuera posible asumir los elevados costos que demandaría llegar a todos los públicos con la misma intensidad y el mismo efecto, tal logro constituiría un desperdicio de energía, porque las organizaciones requieren reputaciones adecuadas a su naturaleza, tamaño y propósitos, y no una fama de alcance universal. Al contrario, la celebridad innecesaria de la organización puede convertirse en una desventaja, como ocurre actualmente con algunas transnacionales.

Para la definición de públicos, suponemos que la existencia de una “distancia cultural y psicológica” entre los contenidos discursivos parcialmente abstractos que se emiten (mensajes prescriptivos y axiológicos) y los segmentos socioeconómicos bajos de la población, los jóvenes y las mujeres, constituye un hecho sociológico verdadero. Aun en los países desarrollados los pobres, los jóvenes y las mujeres tienen menos “capacidades políticas” y, por tanto, menos necesidades y hábitos de uso de los contenidos de la difusión. Por tanto, es más exacto proponerse trabajar con:

a) las elites (que actúan como públicos de la organización a través de los medios de comunicación); y b) los miembros de la población realmente motivados para participar (por razones altruistas o interesadas) en las discusiones y las prácticas políticas.

a.3. El discurso-línea

El principio de entropía en la comunicación explica que, a mayor complejidad y complicación de los datos transmitidos, la información efectivamente entregada es proporcionalmente menor (hay más “ruido”).

Esto quiere decir que la abundancia y densidad de algunos temas políticos son desventajas que forman parte de la situación *de partida* de una organización política. Cuando el texto (o contenido discursivo) y el contexto son complejos/complicados tienden a complejizar y complicar la *difusión*, y con mucho mayor motivo la *comunicación* de una organización.

El ruido comunicacional impide que los públicos prioritarios conviertan los datos recibidos en información, es decir, que capten clara y distintamente una coherente serie de mensajes (o discurso), capaz de permitirles una toma una posición y/o una acción.

A veces el ruido comunicacional no se debe a la falta de fuentes de emisión y actividades de difusión y capacitación, sino, por el contrario, a su abundancia.

El ruido comunicacional no se debe a la no completitud y superficialidad de los contenidos técnicos transmitidos a los públicos, sino, por el contrario, a su completitud y profundidad. (Por el principio de entropía en la comunicación).

En suma, el ruido comunicacional se crea por la falta de un “discurso-línea” que sirva de referencia a todos los voceros de las fuentes de emisión de contenidos de la organización.

El “discurso-línea” debe ser coherente, para evitar la complejidad; y debe ser simple y comprensivo, para evitar la complicación. (Por el principio de entropía en la comunicación). El “discurso-línea” no es un instrumento técnico del área de la gestión pública, sino un instrumento técnico del área de la comunicación política. No debe emerger de una imposición poco sostenible, sino del consenso de todas las fuentes de emisión existentes. Por tanto, un prerequisite de cualquier estrategia es armonizar a las distintas fuentes de definición de línea y de emisión discursiva.

La necesidad de coordinar la acción y la comunicación lleva a la inmensa tarea de educar a los cuadros, propagandistas y difusores. Para ello en general se considera no recomendable depender de terceros que no se hallen familiarizados con la organización política y no tienen autoridad en ella, pese a su prestigio social. Hay que considerar mucho más útil la selección de voceros pertenecientes a las fuentes de emisión que trabajan en el área, que deberían ser capacitados en el contenido y el manejo del “discurso-línea” que se elabore.

Este segundo tipo de capacitación permitiría unificar la emisión de contenidos discursivos, evitar la transmisión de datos dispersos o irreductibles a información, establecer condiciones para la acción conjunta de las fuentes emisoras, e incluso alcanzar con más y mejor difusión a los públicos no emisores de contenidos político-comunicacionales.

b. Situación de llegada

b.1. Objetivos

La definición de los públicos debe hacerse simultáneamente a la formulación de objetivos comunicacionales; ambas actividades encabeza el proceso de elaboración de una estrategia de comunicación y, por tanto, son *a priori*, es decir, no dependen de la investigación de campo.

Por eso más vale no plantear estos objetivos como conclusiones, como suele hacerse, sino como hipótesis. Los objetivos no son el resultado de lo que se *hará*, sino una suposición de los que se *puede hacer*. Normalmente son alterados por los cambios que se producen en la realidad y en la propia estrategia a lo largo del tiempo. En cierto sentido se puede decir que la ejecución de la estrategia prueba y al mismo tiempo ajusta la hipótesis inherente a los objetivos.

Para formular esa hipótesis correctamente, lo mejor es imaginar la descripción de una situación comunicacional *meta o ideal*.

b.2. Situación meta típica

Anotemos nuestra hipótesis sobre una “situación meta” típica a la que debería propender la estrategia político comunicacional:

La organización lidera el “ambiente” o ámbito de influencia fijado por la estrategia, organizando los intercambios simbólicos con

referencia a un solo “discurso-línea”, elaborado con el consenso de las fuentes de emisión de contenidos discursivos del sector.

Los voceros de la organización actúan en referencia al discurso-línea que tutela y monitorea la dirección.

La coherencia y simplicidad de los mensajes que circulan en el ambiente dependiente de la organización permite un incremento sustancial de la información efectivamente incorporada por los públicos a sus vidas.

Una mayor y más clara información se traduce en una mayor predisposición de los públicos a una acción conjunta, orientada al cumplimiento de los objetivos de la organización, ya sean estos electorales o no electorales.

Se ha construido círculos de comunicación en los que los públicos participan.

Se ha dado sostenibilidad a la comunicación de la organización mediante la creación de un gabinete de comunicación dotado de la teoría y la tecnología comunicacional más avanzadas. Este supervisa, nutre y estimula la vida del ambiente comunicacional.

c. Líneas estratégicas

Las líneas estratégicas son rutas para aproximarse a la situación comunicacional meta. Consisten en una secuencia de actividades, en cada una de las cuales se reproduce el esquema general de la estrategia, es decir, se parte de una situación y se trata de llegar a otra situación mejor o *deseada*. Cada actividad apela a diversos métodos de aproximación al público-objetivo y productos (objetos portadores de mensajes).

c.1. El papel del difusionismo

Uno de los problemas que enfrentan los estrategas de la comunicación es que la impresión que las organizaciones tienen de su propia situación comunicacional predetermina los puntos de partida del trabajo que se les encomienda. Generalmente la organización parte de que necesita recolectar información sobre conocimientos, actitudes, sentimientos, prácticas y expectativas de los actores con los que actúa; sugerir mecanismos de difusión; capacitar replicadores de la difusión. En general, las “estrategias implícitas” de la organización se orientan claramente a mejorar la difusión.

Las estrategias implícitas desempeñan un importante papel en la comunicación de la organización política. Esta identifica una situación problemática, la carencia de difusión, y le da una respuesta: más difusión. Esta línea estratégica puede llevarse a cabo mediante diversas actividades: creación y distribución de materiales de divulgación, y elección y capacitación de un grupo de difusores. Sin embargo, hay que preguntarse si éstas son realmente las necesidades y las líneas del trabajo comunicacional.

En parte sí, sin duda.

En primer lugar porque la percepción de los problemas y la voluntad de hacer de la cúpula ejecutiva de una organización siempre es importante. La dirección es el sujeto primario de una estrategia de comunicación.

El personal de la organización es el sujeto secundario de la estrategia, y actúa también como uno de los públicos de la dirección.

En segundo lugar, porque rara vez resulta superfluo el difundir más información, ya que un ambiente simbólico sólo puede ser común en la medida en que todos se nutran de un flujo de contenidos permanente y confiable. Por tanto, no tiene caso negar que la difusión constituye una importante línea estratégica en todos los casos.

La estrategia de comunicación de mediano plazo de una organización política no puede limitarse a la difusión. Incluso es posible que la difusión termine siendo una línea estratégica menos importante que otras. Es necesario aplicar un amplio espíritu de búsqueda.

Algunas de las preguntas claves para ello, y que por tanto hay que introducir, son las siguientes:

- ¿Es verdad que los públicos no reciben datos relativos a la organización o en cambio sí reciben datos pero dispersos, complicados, incomprensibles o contradictorios entre sí?
- ¿Cuáles son los públicos de la estrategia? ¿Son los “actores de siempre” ya identificados por la organización? ¿O es mejor una nueva clasificación *a priori*?
- ¿Qué necesitan los públicos? ¿Es realmente difusión? ¿O quizá no eso, sino la creación de espacios de encuentro e intercambio de experiencias?
- Si algunos públicos requieren capacitación, ¿qué clase de capacitación es ésta? ¿Qué experiencias anteriores de

capacitación existen y cuáles han sido sus resultados? ¿Qué tipo de conocimientos y habilidades pueden adquirir los receptores de la capacitación? ¿Les interesa a ellos adquirir esos conocimientos y habilidades?

Inicialmente, como se sabe, la comunicación de masas fue considerada (Harold Lasswell) una tecnología igual que las otras, que permitía abreviar y hacer más eficiente la labor de las instituciones económicas, sociales y políticas. La Mass Communication Research apareció (1927) y se desarrolló como resultado del éxito de la propaganda en la primera y segunda guerras mundiales. Se suponía que era posible aplicar este instrumento, esta “máquina”, igualmente, a las labores empresariales y sociales.

Aunque en los años cincuenta Paul Lazarsfeld desmintió la teoría de Lasswell sobre los efectos directos de la comunicación de masas en las audiencias y descubrió que la influencia de los mensajes era contrarrestada por la acción de los grupos primarios (familias, líderes, etc.) —una línea de investigación que continúa hasta hoy—, Daniel Lerner y Everett Rogers fundaron la comunicación para el desarrollo sobre bases “difusionistas”, esto es, poniendo el énfasis en el alcance, la coherencia, la utilidad del mensaje, antes que en la participación de las audiencias en su decodificación (Armand y Michèle Mattelart, 1995)

Hoy estas teorías han quedado anticuadas en parte. Durante los años 80 y 90 la comunicación puso mucha atención al estudio de los consumidores y receptores. Este interés tiene dos vertientes: una estructural-funcionalista, que se preocupa por los *usos y gratificaciones* que permiten los medios de comunicación, es decir, por cómo las audiencias emplean a los medios, y otra “crítica” (es decir, influida por el marxismo), que habla de las “tácticas” de los receptores para resistir y hacer frente al despliegue del poder mediático (Michel de Certeau).

Por obra de cualquiera de estas dos escuelas, el difusionismo mudo y lironde se considera ampliamente superado. Y este conocimiento debe ser incorporado a la estrategia política.

c.2. Los círculos de comunicación

Los círculos de comunicación son espacios para “ver y oír” a los públicos de manera que éstos no sólo reciban, sino también

proporcionen información al sujeto de la estrategia y a otros públicos que la necesitan. Se trata de un elemento fundamental para la creación de un “ambiente comunicacional” que rompa la distancia y la frialdad de el modelo “hipodérmico” o de “balde vacío y balde lleno” que suele inspirar la difusión.⁵

Ahora bien, no es fácil determinar en qué deben consistir exactamente los círculos. Una buena idea al respecto puede ser suficiente para validar una estrategia entera. En todo caso, habrá que usar las sugerencias de los expertos en el área y aquellas que surjan del trabajo de campo.

c.3. Campañas masivas e informativas

El diagnóstico de la situación comunicacional presenta varios puntos de alerta que deben ser apagados por la comunicación. Sin embargo, no todos son de igual magnitud ni están prendidos en los mismos lugares, por lo que demandan diferentes tipos de trabajo. Algunos problemas se concentran en los públicos altos y en los líderes de opinión, o a veces en algunos sectores específicos. Otros son de carácter más general y están dispersos en diferentes estamentos del público. Por otra parte, hay problemas que requieren una labor comunicacional continua y otros que pueden ser vencidos con un shock informativo inmediato.

Se debe dividir las campañas⁶ de comunicación en “informativas” y “masivas”. Las primeras tienen un destino más restringido, un carácter más permanente y una connotación racional. Las segundas, objetivos más amplios y apuntarán a interpelar los estratos emocionales del público.

V. Relación entre portavoces y prensa

Muy a menudo, el portavoz de una organización política no es un especialista en comunicación. Generalmente el portavoz *debe ser* —por razones de popularidad y de poder— el jefe del partido, miembro del comité ejecutivo, etc.

Pero incluso si se tratara de un comunicador, ¿estaría preparado para hablar públicamente en representación del organismo que lo ha nominado? Un

⁵ Estos modelos describen la comunicación como una mera transmisión de conocimientos de A a B, o de B a A.

⁶ Entenderemos “campaña” como una secuencia de actividades comunicacionales orientadas a lograr un mismo propósito.

portavoz (o, como se dice en América, un “vocero”) nunca habla por sí mismo. Su nombre lo dice de suyo. Y ser el portador de la voz de otros implica responsabilidades y limitaciones que no está urgido a honrar, en cambio, el “analista” que declara a la prensa sobre lo que se le ocurre o, en el mejor de los casos, sobre aquello que él mismo ha delimitado como “su tema”. En cambio, los temas a los que debe referirse el portavoz son fijados por su organización, lo mismo que cómo tratarlos e incluso, en ocasiones, con qué palabras hacerlo. Tal cosa no reviste dificultad cuando existe un gabinete de comunicación que respalda el trabajo del vocero. En cambio, puede resultar difícil si el vocero es también el gabinete de comunicación.

Los portavoces pueden ser muy diversos; en realidad se definen en relación a los periodistas: los más capaces son los que mejor saben comunicarse *a través de ellos*. Obviamente, esto requiere conocer a los hombres de la prensa. En primer lugar, saber los nombres de los reporteros asignados al área política, y a qué medios representan. He ahí una primera tarea.

También hay que conocer los cuatro grandes factores que afectan el proceso profesional de producción de noticias. Estos factores son: a) La naturaleza del trabajo periodístico, b) la competencia entre los medios, c) el papel de los dueños de los medios, e) la psicología de los periodistas. Muchas veces estos factores se contradicen y oponen entre sí. La relación que guarda uno respecto de los otros marca el estilo de cada medio.

De lo que llevamos dicho se infiere una conclusión práctica: la obligación de diferenciar entre lo que los medios periodísticos hacen y piensan, y lo que hacen y piensan sus propietarios, o algunos de sus periodistas. Siempre es posible encontrar medios en los que el director y los editorialistas defienden una línea en las páginas de opinión, y los periodistas propugnan otra en los titulares y las noticias.

Sólo si no se comprende las relaciones de poder y los criterios técnico-mercantiles que entran en juego cada día en las salas de redacción, se puede llegar a creer que la amistad con los propietarios de un periódico o una televisora alcanza para lograr que determinadas declaraciones sean tratadas adecuadamente o para neutralizar las noticias negativas. Los dueños de medios no pueden actuar sistemáticamente en contra de las normas de su empresa o del criterio de los periodistas que trabajan para ellos.

Ciertamente podrán ayudar alguna vez, pero es muy difícil que lo hagan sistemáticamente, al menos si desean conservar su nombre y su peso en el negocio periodístico.

Tampoco es suficiente una buena relación con los periodistas responsables de la cobertura del área o con sus jefes, los encargados de los procesos de producción del periódico. Tal relación puede agriarse muy rápidamente si no es nutrida por la entrega de información confiable, o si se usa como palanca para llevar datos intrascendentes y aburridos a las primeras páginas. Y este lazo es todavía más frágil cuando está anudado con sobornos, obsequios y promesas de prebendas.

El portavoz debe relacionarse de manera integral --e íntegra-- con los medios, teniendo siempre en mente los distintos elementos de su funcionamiento, de los que conviene que tenga una idea:

a) La naturaleza del trabajo periodístico

El periodismo tiene algunas características normales e imprescindibles. Si se despojara de ellas, sufriría mucho más que una modificación cuantitativa: perdería su condición singular. Así que por lo general los medios periodísticos las respetan (o al menos *dicen respetarlas*, de modo que estar familiarizado con ellas resulta útil para entablar discusiones sobre su transgresión). Las principales son:

Veracidad. El periodismo provee mensajes que hacen referencia directa a los *hechos reales*, que los narran sin invenciones (o, si se quiere, que buscan la verdad). El inevitable juego de los *hechos narrados* (noticias) respecto de los *hechos reales* está restringido. Aunque consideremos a la veracidad solamente una convención entre productores y consumidores de noticias —es decir, que la prensa dice la verdad porque la gente supone que la dice—, igualmente esta convención establece un límite que no debe cruzarse.

Ciertamente, los medios periodísticos cruzan el límite algunas veces, y esto no siempre es notado por el público a causa de la “inercia del género”, esto es, la tendencia del público a considerar cualquier cosa que aparece en los periódicos y noticiarios, automáticamente, como verdades. Pero una violación más grave y permanente de las reglas conduce, a la larga, a la pérdida de credibilidad.

Actualidad. Al periodismo no le preocupa profundizar el bagaje de conocimientos de una sociedad —tarea asignada a los libros y a las universidades—, sino incrementar ese bagaje constantemente. De ahí el rechazo que siente la prensa por el lugar común y, simétricamente, su aprecio por lo insólito, puesto que lo insólito es original.

Para que sean periodísticos, los *hechos narrados* deben ser “actuales”, un adjetivo que puede entenderse en varios sentidos. Así, se trata de:

—Conocimientos que no se poseía en el pasado, contrarios a lo que llamamos “lugares comunes”, esto es: saberes originales.

—Conocimientos acerca de hechos antiguos, recientes o futuros, pero que han sido revelados en un tiempo pasado cercano. (Para explicar esto último primero hay que establecer lo siguiente: si un hecho es novedoso porque acaba de pasar o pasará próximamente, la gente no lo conoce aún y puede suponerse que desea hacerlo. Lo cual resulta obvio. Al mismo tiempo, también es posible que las audiencias desconozcan un hecho antiguo por el motivo de que éste no ha sido revelado aún).

Interés masivo. El periodismo trata hechos de interés para un número considerable de personas. Lo estrictamente individual no es un asunto periodístico.

Las escuelas de periodismo enseñan que el periodismo se ocupa de cuestiones trascendentes para muchos o que afectan a muchos. Pero el concepto de “interés” es el que realmente se emplea en el oficio. Ésta es una característica clave: explica el éxito o el fracaso de los medios y también la mayor parte de los defectos que se les critican. Los medios que identifican y explotan mejor lo que le interesa al público al que se dirigen son los que mayor éxito tienen. Eso sí, siempre se trata de un público específico y no de la entelequia llamada “público general”. Los medios periodísticos no necesariamente buscan audiencias indiferenciadas y numerosas. Muchos se abocan a determinados segmentos.

Puede decirse que, debido a la cuestión del *interés*, la prensa en conjunto tiende a considerar las malas noticias más interesantes que las buenas, y toda información abstracta, complicada o matizada como menos interesante o, lo que es lo mismo, menos “vendedora”.

En suma, la gran prensa no desempeña ni desempeñará el papel que le han asignado los teóricos de la comunicación para el desarrollo: promoción, educación. Si la gran prensa educa o moviliza lo hace siempre de manera indirecta e involuntaria.

Sin embargo, el promedio de los medios periodísticos (y ese promedio es justamente la “gran prensa”, la prensa destinada a públicos amplios y poco diferenciados) está impelido a vender la información que produce.

Se trata de un negocio. De ahí que los grandes medios periodísticos usen el “interés” como piedra de toque o prueba de sus noticias. Y de ahí que, aunque respetando las limitaciones impuestas por las características de su público particular, olviden en su práctica diaria de preceptos cívicos de cualquier índole.

b) La competencia entre los medios

Un segundo factor que influye en el comportamiento de la prensa es la constante y durísima competencia entre los medios periodísticos. Pocas empresas deben de estar tan presionadas a triunfar sobre sus competidores cada día. El tener o no una determinada noticia, el conseguir una exclusiva con algún personaje importante, el presentar todo el material con orden y creatividad, todo ello es evaluado cotidianamente por el público y por los sistemas de control de los propios medios.

La competencia entre medios es el mecanismo que impide que el manejo subjetivo de la realidad, que siempre es posible, se extreme al punto de la tergiversación o la manipulación.

Un medio puede tratar de cambiar la verdad en beneficio de determinado grupo de poder. Pero sus maniobras se hallarán limitadas por el comportamiento de los otros medios. Sólo un monopolio secante de la información podría impedir que la verdad que silencia o cambia determinado periódico o televisora no termine acusándolo a él mismo, con la consiguiente pérdida de credibilidad, que es una pérdida muy grave en el negocio periodístico.

Por otra parte, la competencia provoca que los medios procuren distribuirse lo que podríamos llamar “el interés total posible de una población”, y cada uno se especializa en una porción de este “interés total”, es decir, en atender a un determinado segmento de la población. Así, la materia prima de un medio no es necesariamente la de otro.

Los políticos conocen muy bien esta situación. Parte de su trabajo consiste precisamente en proporcionar cierta información a un medio y no a otro, a fin de establecer lazos con el privilegiado, y lograr en él espacios mayores y titulares más impactantes. Por otra parte, conocen al dedillo cuál es la tendencia de los dueños de cada medio, de forma que les es posible orientarse en medio de la jungla de informaciones y, además, lograr que una noticia que jamás se publicaría en un medio de no mediar circunstancias extraordinarias, luego de aparecer en otros, “rebote” de cualquier manera en el medio reticente, muy a pesar de sus dueños.