

tido leninista (p. 36). La observación central que guía el análisis del autor nos parece de especial importancia: el proceso objetivo de la lucha de clases desempeña el papel fundamental en el estudio de las relaciones entre la lucha de clases y los aparatos de Estado.

El señalamiento de los errores a que condujo el marxismo simplificado, cada vez más lejano del "marxismo viviente de Lenin", tal como observa Bettelheim, constituye una lección por la negativa que debe contribuir en la tarea de construcción del socialismo. La naturaleza de las relaciones sociales dominantes en la sociedad soviética actual, gestadas durante un largo período previo, constituyen la materia de la reflexión indispensable para todos aquéllos abocados en el estudio de los problemas de la transición al socialismo. Este primer volumen cubre en este sentido un período clave: el de los comienzos de la transición.

*Liliana de Riz*

Taufic, Camilo, *Periodismo y lucha de clases*, Santiago, Quimantú, 1973, 227 p. (Camino abierto).

*Guillermina Bringas*

El propósito de este libro —señalado en su presentación— es destruir un mito: la inocencia de la información. "No existe en ningún diario la información por la información; se informa para orientar en determinado sentido a las distintas clases y capas de la sociedad" y para que esa orientación se exprese en acciones determinadas.

La forma de evitar esa manipulación de nuestras conciencias es esta-

blecer la propiedad social de los medios de comunicación. "Este trabajo —dice el autor— quiere entregar una visión de conjunto, orgánica y sistematizada, de los problemas que implica este acto de liberación; sus causas y efectos", y sus diferentes capítulos constituyen una compilación, adaptación y reenfoque —desde el punto de vista marxista— de las investigaciones directas de otros autores.

A continuación se expone lo fundamental de cada parte del libro:

PRIMERA PARTE. *El periodismo en la comunicación social:*

La importancia que tiene la comunicación, por ser una condición *sine qua non* de la existencia social, ha ido en aumento, sobre todo a partir de la segunda mitad del siglo XX, con el empleo de la cibernética, la cual demuestra que comunicación y dirección social son homólogas.

En el plano político, los procesos de información son inseparables de los procesos de organización, y esto es lo que lleva a las distintas clases a tratar de controlar los medios de comunicación. En la sociedad de clases estos medios, sobre todo los más desarrollados, se encuentran en manos de la clase dominante.

De esta forma nos encontramos ante una contradicción fundamental dentro de la comunicación: "que siendo ella patrimonio colectivo de toda la Humanidad, de la cual ningún hombre puede ser excluido, sean los instrumentos que la sirven objeto de propiedad privada".

Esta contradicción aparece velada en virtud de que los medios de comunicación son objeto de un extendido *fetichismo*, pues se les atribuye cualidades positivas y negativas que están lejos de poseer por sí solos.

Por lo que respecta al desarrollo de los medios de comunicación el autor dice lo siguiente:

“El grado de desarrollo económico de la sociedad, que determina el grado de desarrollo de los medios físicos de comunicación, y las relaciones de clase que se dan en ella, condicionan así los contenidos *ideológicos* y el significado mismo de la comunicación en cada época. Por ello, la historia de la comunicación no es sino la historia de la lucha de clases”.

El surgimiento de nuevas formas de comunicación está ligado al de nuevas formas de producción. Por esta razón, la burguesía naciente trata de hacer llegar la educación básica a la clase obrera (no así al campesinado), pues el manejo de las máquinas así lo requería; pero cuidó de tener siempre los medios de comunicación más avanzados para transmitir su ideología, pues ideología y comunicación están unidos entre sí, igual que información y dirección.

En la actualidad el adelanto de los medios de comunicación, de los que nos es difícil sustraernos, hace que el individuo no pueda controlar fácilmente su “propia” concepción del mundo, y le sea dada a través de la prensa, radio, T.V., etcétera, “una realidad que no es la suya, y que ni siquiera es la realidad, sino la representación ideal, para los intereses de la burguesía, de las relaciones materiales que tienen lugar en la sociedad”.

#### SEGUNDA PARTE. *La información una forma de poder político:*

El periodismo es, además de la forma más dinámica de la comunicación, una activa fuerza política. Es una arma poderosa que es “ca-

muflada” cuando sirve a los capitalistas y abierta cuando sirve a los trabajadores.

“El periodismo, además, es una forma singular y peculiar de la superestructura, pues al expresar y formar las ideas, los juicios, las opiniones, no está ligado (ni mucho menos) sólo con la ideología política y sus manifestaciones prácticas, sino que está vinculado también a todas las demás esferas de la superestructura, reflejando y formando la conciencia jurídica, moral, estética, religiosa o antirreligiosa; en suma, la concepción del mundo de la sociedad”.

En relación a la libertad de prensa, se puede decir que la atadura básica del periodismo es con la actividad política y, en la sociedad burguesa, también con los negocios, por eso los capitalistas cuidan tanto lo que llaman “libertad de prensa”, la cual podía existir cuando esta clase emergió; pero actualmente no puede existir, pues no sólo basta con querer decir algo, sino que hay que contar con los medios para hacerlo.

Por otra parte la libertad absoluta es falsa y antimarxista, pues en un estado socialista recién creado, el dejarle a la burguesía una libertad de prensa es dejarle libertad de organización.

Sin embargo, como se dijo antes, la prensa proletaria no oculta su carácter de clase y por lo tanto es más libre que la prensa burguesa que para no empañar “su objetividad”, “su imparcialidad”, oculta sus compromisos con los banqueros, clases oligárquicas, etc., y las subvenciones que de ellas recibe.

A continuación el autor nos presenta, por separado, las características del periodismo en los países socialistas, en los capitalistas y en los subdesarrollados:

*El periodismo en los países socialistas.*—Para los teóricos marxistas (entre ellos Lenin), la prensa debe desempeñar funciones de propaganda, agitación, organización, educación y crítica de masas.

“Lenin concibió a los periódicos revolucionarios realizando ‘multiplicadas por mil’ las mismas tareas que los militantes dedicados a labores de agitación y propaganda”.

La misión del periódico —decía Lenin— no se limita a difundir las ideas sino que es también un organizador colectivo. Pero Lenin dirigía estas recomendaciones para los militantes socialdemócratas y para un periódico mensual. Actualmente la prensa comunista ha aplicado mecánicamente esto y ejerce habitualmente su labor organizadora y descuida el aspecto informativo. Esto ha redundado en un atraso de la prensa comunista, la cual debe actualizar sus métodos, pues no se puede enfrentar así a los poderosos medios de difusión del imperialismo.

*El periodismo en los países capitalistas.*—Así como en los países socialistas el Estado delega en el Partido de la clase obrera la responsabilidad de orientar a la prensa, en los países capitalistas el Estado mayor de la burguesía delega estas funciones en los dueños de los medios de comunicación.

Esta delegación no es gratuita, es el costo que debe pagar la sociedad burguesa por el caos que ha causado la anarquía de su producción. Además esta delegación constituye un negocio brillante, pues por medio de la prensa la burguesía lleva sus ideas a las masas, las entretiene, dispersándolas de sus verdaderos intereses, y todo esto sin que le cueste un peso, por el mecanismo de la publicidad.

Sobre el contenido superficial de

la prensa capitalista se puede decir lo siguiente:

Trata de diluir las inquietudes que los asalariados tienen contra la burguesía, hacia otros terrenos (deportes, notas policiales, etc.) debilitando la imagen política. “Aunque parezca paradójica, la prensa capitalista hace política *no* hablando de política”.

En lo que respecta a los protagonistas de las noticias, son elegidos con un criterio comercial-político (astros del deporte, del cine, etc., en quienes se resaltan los valores que conviene a la burguesía que sigan las masas).

Por último, la venta de los periódicos —como se sabe— sólo cubre una ínfima parte de los gastos de publicación (en los grandes diarios apenas un 16%). En el radio y T.V. la dependencia financiera es absoluta. Esta dependencia de los anuncios es realmente grave, pues la clase burguesa sólo insertará anuncios en aquellos medios que respalden sus intereses. Es decir la publicidad le sirve a la burguesía política e ideológicamente, pues los valores de la “sociedad de consumo” penetran a las masas por medio de los anuncios. Todo esto hace que el espacio destinado a los anuncios aumente cada día.

Si lo anterior no fuera suficiente para poner en duda la “libertad de prensa” hay que hablar sobre la concentración de empresas periodísticas y la formación de monopolios noticiosos (incluso internacionales). Esta concentración puede incluir tanto el aspecto de distribución de noticias como la producción industrial de instrumentos (en el campo de la radio-difusión tenemos el ejemplo de R.C.A. Víctor).

*El periodismo en los países subdesarrollados.*—“En los países dependientes y subdesarrollados, la prensa

ha sido tradicionalmente un factor de penetración y sojuzgamiento al servicio de la metrópoli, aunque sea operacionalizada por la clase explotadora local”.

Pero los efectos de la prensa en estos países ha ido más allá de lo que sus amos intuyeron. En 1945 y 1960 ha servido para mostrarles a las masas un modo de vida que no tienen y al que aspiran. Esto constituye una dependencia más sutil, pero también un fermento social poderoso; el cual, sin embargo, no tarda en ser recuperado por la burguesía que desvía, por caminos consumidoristas, el avance de las masas hacia la revolución socialista y, actualmente, hacia fines meramente “desarrollistas” que “modernicen” nuestras sociedades sin afectar los intereses financieros de la metrópoli.

Siendo América Latina, Asia y África regiones subdesarrolladas y dependientes, no es casual que así como sus índices de ingreso son muy bajos, lo sean también los grados de información. El cuadro de la página 125 de este libro “revela cómo en las dos terceras partes del mundo la población no tiene acceso ni siquiera al mínimo fijado por UNESCO\* para considerar a un país atrasado en materia de difusión.

“Sería un error, sin embargo, confundir el subdesarrollo con la ignorancia o la pobreza. Aunque le son consubstanciales, no son su rasgo fundamental, que es la *dependencia*”.

Una preocupación del periodismo en los países subdesarrollados es que llega a un público muy reducido. Esto se debe a que el bajo ingreso impide adquirir los diarios.

Lo anterior, aunado al hecho de que una gran parte de la población está dedicada a la agricultura (dispersa o en lugares de difícil acceso) hace que el radio sea el medio por excelencia en estas regiones.

Así, en estos países hay una inversión del desarrollo de los medios de comunicación; mientras en los países avanzados primero evolucionó la prensa y quedó enraizada como medio principal a pesar del advenimiento del radio, el cine y la T.V., en nuestros países se establece primeramente la radiodifusión, siendo poco probable que la prensa logre un lugar predominante.

El aspecto más contradictorio de los medios de comunicación en los países subdesarrollados es el “efecto demostración”. O sea, los modernos medios de comunicación siguen el mismo papel que el capitalismo en su desarrollo: crean apetencias, anhelos, etc., en el proletariado, el cual se convierte en su sepulturero, pues también le crean, sin poder evitarlo, el sentimiento de rebeldía.

Por lo anterior, en los países subdesarrollados la naturaleza y funciones de la prensa deben ser vistas en otra perspectiva que la vigente en los países desarrollados:

La tarea de la prensa debe ser de utilidad social, en conexión con planes generales de desarrollo a largo plazo. Pero aquí nace una dificultad; el mercado insuficiente hace que las empresas de comunicación operen como grandes monopolios (pues son los únicos que tienen recursos) y pasarlos a “manos del Estado” significa entregarlos al dictador en turno o a la oligarquía dominante.

Siendo imposible la “socialización”, lo más aconsejable sería una fórmula de periodismo “concentrado”, donde un consejo nacional de la prensa (formado por representantes populares, del Gobierno, las empresas de difusión, los sindicatos, etc.) determine metas generales para los medios

\* Por cada 100 habitantes: 10 ejemplares de diarios 5 radiorreceptores; dos butacas de cine y dos televisores.

de comunicación dentro de plazos largos y en consecuencia con las perspectivas del desarrollo del país.

Cuando la lucha de clases sea aguda, no queda otra cosa que la nacionalización de todas las grandes empresas de información y educación popular para ponerlas en manos del pueblo, a través de sus organizaciones sociales y políticas.

TERCERA PARTE. *La influencia de los medios de comunicación:*

Este tema es el más controvertido en la comunicación masiva. Investigaciones en varios países con diferente régimen social han destruido dos mitos: 1) Que los medios son todopoderosos y 2) Que el auditorio esté compuesto de individuos desligados entre sí.

Cuando la sociedad está dividida en clases, la opinión pública también se escinde; así la opinión pública compacta no existe. Pero, en la guerra ideológica entre las clases antagónicas las fuerzas revolucionarias se encuentran en desventaja, ya que las ideas de la clase dominante son las dominantes en cada época.

“Hay que entender que la *opinión pública es el estado de la conciencia de cada clase social en un momento dado*, y que está formado por ideas y juicios, ciertamente, pero también por sentimientos, estados de ánimo, conducta y voluntad, que obedecen a motivaciones conscientes e inconscientes, a veces contradictorias”. Esto no debe olvidarlo el periodismo revolucionario, pues el entrelazamiento del conocimiento racional con las imágenes emocionales, estados de ánimo y voluntad es lo que constituye las *convicciones* sin las cuales no existe la energía social.

Para que la información influya en el individuo es necesario que cumpla

varias funciones y por ello se precisa el empleo de canales distintos:

Los resultados serán diferentes si la comunicación es verbal o visual, imponiéndose esta última con una fuerza que no poseyeron las formas del pasado; ya que la actitud de los individuos sometidos a la información verbal es de recepción y la de los sometidos a los medios visuales es de participación.

Pero la comunicación masiva no tiene efecto si no se refuerza a través de formas de comunicación “cara a cara”; ya que sobre el individuo ejercen influencia otros mensajes como son los de grupo, así como los derivados por su situación en la sociedad, sus contactos personales, su conciencia de clases, etc.

“En resumen, la comunicación masiva produce sus efectos sobre el auditorio en dos etapas: una en la masa anónima, sin nombre y sin rostro (aunque sí con intereses específicos), y otra sobre grupos pequeños, en que los individuos pueden interactuar entre sí; *intercomunicarse* en buenas cuentas, sin intermediarios”.

Por lo que respecta al periodista, se puede decir que —consciente o inconscientemente— juega un rol político sea cual fuere la orientación del medio de comunicación al que sirva. Y como la política no es más que una manifestación de la lucha de clases, los periodistas en cuanto activistas políticos, no están al margen de esta lucha. Por lo tanto no son ni pueden ser neutrales.

Sin embargo, no se puede igualar mecánicamente el trabajo que se hace en la prensa con el de otras fuentes de la actividad partidaria.

Muy por el contrario de la posición de los periodistas revolucionarios —quienes reconocen su papel político y partidario—, los periodistas burgueses (algunos de ellos de buena fe) insisten en su “profesionalismo” y

“apoliticismo”. Y bajo este hecho muchos periodistas ingenuos ingresan a los diarios burgueses pensando contribuir a afirmar la independencia del medio al que sirven. Una vez dentro, el periodista empieza a vivir su propia contradicción y al no estar de acuerdo con la línea general del medio informativo, justifican su permanencia en él, arguyendo su propia “independencia” y que ellos informan objetivamente. Pero aunque difícil y llena de contradicciones, es la labor de estos periodistas de la prensa burguesa la que permitirá ir socavando sus mitos y preparando su caída; precisamente serán ellos los que formarán los nuevos cuadros de la prensa socializada, pues, como dijo Mao “el proletariado no puede formar sus intelectuales sin ayuda de los intelectuales existentes”.

De lo anterior se deduce que “una de las violaciones más flagrantes a la *verdad objetiva* es el concepto capitalista de ‘objetividad’ en la prensa, que se quiere hacer coincidir artificialmente con *neutralidad*”.

“Si la objetividad periodística, como el *reflejo fiel de la realidad*, es posible y deseable, la neutralidad —en cambio— no es ni posible ni deseable”.

“El concepto capitalista de ‘objetividad’ en la prensa propugna la descripción de los principales hechos sociales desconectados de las relaciones de clase en que se dan; ajenos a esta lucha de clases contradictoria que los provoca”.

Y aquí reside el truco de la prensa burguesa, pues mientras prohíbe a sus periodistas que se pronuncien por estos hechos, la dirección del diario les da la interpretación que quiere en su sección editorial, amparada por la bandera pirata de que “los hechos son sagrados: el comentario es libre”.

Ante esta situación “la ley fundamental del periodismo socialista debe

consistir en representar con máxima amplitud los *hechos* sociales, que no se dan únicamente en la esfera propiamente política, o en la economía, sino también —hoy por hoy— en el deporte, en la cultura...” “...Casi todos los diarios marxistas del mundo ignoran esa realidad *actual* de la sociedad de masas, y la culpa es mayor en la prensa marxista de los países capitalistas, pues para ellos la realidad que señalamos es más evidente todavía”.

CONCLUSIÓN. *El futuro de la prensa:*

“Sólo expropiando los grandes medios técnicos de comunicación, aboliendo la propiedad privada sobre ellos y estableciendo su propiedad social sobre los medios, de todo el pueblo, posibilitando su uso por las distintas organizaciones sociales, se superará la aberración de que unos pocos pueden influir sobre millones de hombres, incluso en contra de sus propios intereses...”

Lo anterior como parte de una revolución cultural que se debe emprender paralelamente a la revolución agraria, industrial, etc.

Ahora bien, el traspaso de la propiedad no resuelve el problema del mercantilismo, deben modificarse las relaciones de propiedad y las relaciones sociales en su conjunto. La propiedad social de los medios debe plantear la necesidad de una política coordinada de información. Para esto los medios deben ponerse en manos de organismos estatales que a su vez los pongan a disposición de distintos organismos sociales (No es recomendable la cooperativización porque los medios de comunicación están destinados también a formar conciencias y por medio de una cooperativa se le entregaría esta tarea a una parte de los trabajadores pero no a todos).

Este tránsito (de la propiedad mercantilista a la forma socialista) no es pacífico, se da después de una lucha de clases por dicha propiedad.

Por otra parte los diarios de la etapa de transición no logran ni siquiera vender la cantidad suficiente de ejemplares para asegurar su existencia. Esto debido a que esta prensa actúa todavía en las condiciones de mercado del régimen capitalista, dirigida a un auditorio penetrado por la ideología burguesa. Además de que no cuenta ni con la experiencia ni con los recursos necesarios.

“El periódico de avanzada necesita, en primer término estar en el *lugar* de los acontecimientos, en las fábricas, fundos, escuelas, oficinas, regimientos, barcos, minas, donde las masas trabajan, en los barrios donde viven...” Y sus periodistas deben recordar que su profesión consiste en llevar a profundas generalizaciones, no mediante la presentación simplificada de teorías abstractas, sino haciéndose eco de las cuestiones *concretas*, inmediatas, que la vida plantea en los más diversos dominios.

“Los periodistas revolucionarios, en todo caso, no deben limitarse a reflejar más o menos pasivamente el mundo y sus luchas, sino deben *participar* en ellas sumando sus fuerzas intelectuales a la revolución, con la polémica, la sátira, la denuncia...”

Por último, “para un país de periodismo subdesarrollado, el problema de la modernización está indisolublemente unido a la *socialización* de los medios empleados en su territorio, exigencia que los adelantos técnicos hacen aún más evidente...” (Ej. el sistema de comunicaciones por satélite, en sus conexiones locales en los países subdesarrollados, es estatal, ya que ninguna empresa privada podría operarlos por su alto costo).

“La opción no ofrece dudas para las clases progresistas, que —sin em-

bargo— deben empeñarse en largas y constantes luchas políticas para poner bajo el control de toda la sociedad a los grandes medios, destinados a dominar a las masas si es que ellas no los dominan antes, en su propiedad y funcionamiento. Para lograr, en definitiva, manejar su propia información, los pueblos deben conquistar *antes* el manejo —para sí mismos— de toda la sociedad, que ellos sostienen y crean con su esfuerzo y cuya dirección —por sí mismos— les corresponde. No hay otro camino”.

\* \* \*

Como se puede ver por el resumen expuesto, el autor hace una muy buena compilación de los estudios directos sobre la comunicación, no quedándose sólo en la mera teorización basada en el marxismo clásico, sino haciendo actuales esos fundamentos teóricos, enfocándolos hacia los medios de comunicación modernos.

No se queda —como lo hacen muchos estudiosos de los medios de comunicación— sólo en el nivel técnico e ideologizante, diríamos así, en donde se considera a los medios como con vida propia y al receptor y al transmisor como entes aislados y no pertenecientes a una clase social determinada.

La limitación que encontramos en este trabajo no es sino producto de su propia naturaleza, pues siendo un estudio hecho en un país y para un país que en ese momento se encontraba en un proceso hacia el socialismo, es lógico que se tratara de aclarar en él problemas que a ellos preocupaban.

Así, las soluciones concretas que el autor plantea para desarrollar una prensa proletaria, se circunscriben al caso específico que Chile estaba viviendo; sin embargo, esto no invalida el que el libro contenga presupuestos válidos para otras realidades de do-

minación, que el autor fundamenta a través de su obra y de las cuales podríamos destacar las siguientes:

En el sistema capitalista, el periodismo —como otras formas de comunicación— constituye en manos de la clase dominante, un arma política y económica, cuyo poder se ha acrecentado en los últimos años con el progreso de la técnica.

El periodismo, en esa doble función, no sólo sirve a la clase dominante local, sino también a la metrópoli en su relación con los países que domina.

La clase dominante utiliza al periodismo como arma política, para diluir las inquietudes que contra ella tienen los asalariados, dirigiendo su atención hacia otros terrenos (deportes, notas policiales, etcétera). Sin embargo, como hay acontecimientos que por su importancia ya no puede ocultar, también se sirve del periodismo para propagar la versión que favorece a sus intereses.

Pero es aquí donde se encuentra la contradicción máxima del capitalismo, en lo que a medios de comunicación se refiere, pues la creación de apetencias y la imposibilidad de satisfacerlas, causa en las masas una inquietud que constituye “un fermento social poderoso”.

Esta contradicción aumenta en los países subdesarrollados y dependientes, donde los medios de comunicación deberían ser de utilidad social, en conexión con planes generales de desarrollo.

*Language and Social Context. Selected Readings.* Edited by Pier Paolo Giglioli. Penguin. Educa-

tion. 1st. Published, 1972. Reprinted, 1973.

De acuerdo con la presentación que Giglioli hace de los materiales de su antología, la sociolingüística aparece como una materia que carece aún de un cuerpo integrado de teoría; en la que se inicia la exploración de conceptos, desde ángulos distintos (antropológicos y sociológicos) y que intenta identificar las variables cuyos valores tendrán que determinar —en cada caso— las pesquisas sociolingüísticas concretas.

Entre esos esfuerzos, destacan los de Fishman y Hymes. Fishman reconoce una sociología descriptiva del lenguaje (que, para ser congruentes con las otras denominaciones preferiríamos llamar sociología estática del lenguaje, con su inicial sociografía lingüística), una sociología dinámica (a la que, en forma correspondiente se puede hacer anteceder de una simple descripción narrativa, histórica, del lenguaje) y una sociología aplicada (que nosotros preferiríamos llamar socioprudencia lingüística con expresión que, por lo que hace a su primer término, “socioprudencia”, es del español José Ignacio Alcorta); dentro de esta última, podría reconocerse, junto a cierta “teoría del planeamiento lingüístico”, a la manera de Tauli, y a otras “teorías” de la enseñanza y aún del trabajo sociolingüístico, una sociotecnia lingüística, realizadora de los principios propios de esas “teorías”. Hymes, por su parte, al definir el “acontecimiento lingüístico” quizás haya proporcionado la unidad (o, por lo menos, una de las unidades básicas) del análisis sociolingüístico.

La aportación de Hoffman viene a reforzar estas concepciones, en cuanto el autor se detiene a analizar la