



**RADIO Y CULTURA POPULAR
DE MASAS**

ción

CENECA

B 83

1248

le marzo en

T

CENECA



**RADIO Y CULTURA
POPULAR DE MASAS**

Paulina Gutiérrez
Giselle Munizaga

B83

7248



Trabajo realizado como parte de la
investigación "Sistema de Comunicación,
Sociedad Civil y Estado en Chile:
1960-1973.

I N D I C E

	Pág.
INTRODUCCION	1
1. COMO EL CARACTER DE UN MEDIO SE VINCULA A LA EPOCA EN QUE NACE.	5
1,1, La prensa	5
1.2. La radio	6
1.3. La televisión	10
2. CARACTERISTICAS GENERALES DEL MEDIO RADIAL EN CHILE	15
3. CARACTERISTICAS DEL MEDIO RADIAL EN LOS AÑOS SESENTA	17
3.1. En general	17
3.2. Integración y discurso público	19
4. COMO LA RADIO CONTRIBUYE A LA MELODRAMATIZACION DE LA CULTURA	24

I N T R O D U C C I O N

Podemos pensar, de manera ideal, el surgimiento de las identidades nacionales como el resultado de procesos más o menos es pontáneos de síntesis entre distintas formas culturales. Es decir, como un proceso que tiene su génesis en el reconocimiento de particularidades, capaces de ser respetadas en sus rasgos distintivos y a la vez integradas dentro de definiciones más generales. Este planteamiento supone:

- 1) existencia de formas culturales suficientemente fuertes para negar la dominación de unas sobre otras, y
- 2) Una prescindencia, por parte del Estado, respecto a no fomentar, apoyar o privilegiar algún tipo de forma cultural. Es decir, la generación de un tipo de organización de la cultura utópicamente democrática.

Pero este pensamiento sólo nos sirve para imaginar, por negación, el verdadero proceso que enfrentan, sobre todo, las sociedades subdesarrolladas y dependientes. Nuestras síntesis culturales son tributarias de dinámicas poderosas de dominación internas y externas. Estas han implicado la imposición de modelos vistos como "más civilizados", "más modernos" o "más correctos".

Sin embargo, la Cultura Cristiana, impuesta por el Español, la Cultura Ilustrada-Moderna y la Cultura Capitalista-Industrial,

impulsadas por las elites dominantes, constituyen, no las capas que han ocultado una esencia original, sino que los ingre-
dientes que se han vertido en el recipiente social conformando una compleja y confusa mezcla de la que surgen identidades nacionales particulares y propias.

Los grupos sociales que sustentan el poder han buscado su pro-
pia definición y la del país, en modelos externos que se impo-
nen al conjunto social como si obedecieran a una gestación interna o a una vocación profunda de la misma sociedad.

No obstante, las formas hegemónicas que han dado fisonomía a nuestras culturas no pueden ser vistas sólo como el producto de elites que han actuado desde la sociedad civil. Nuestras identidades nacionales son también en gran medida, el producto de Estados que han debido promover, activa y sistemáticamente, políticas culturales como una condición necesaria para implementar proyectos de desarrollo sustentados en una base social distinta a la existente. Las dinámicas de cambio social impuestas por un capitalismo crecientemente dependiente y por los desequilibrios que éste genera se han traducido en modelos de valores y conductas que deben ser implantados para que el sistema funcione.

La promoción de las artes, de la prensa y, sobre todo, de la e-
ducación fueron tareas asumidas como propias por nuestros gobiernos desde la independencia. La formación social chilena y nuestra cultura nacional es en gran parte producto de esta constante y vertical presencia de Estados Docentes y, por lo tanto, educadores-culturizantes en el país. Estados donde la

educación, las artes y en algunos casos la comunicación social han sido pensadas como instrumentos privilegiados puestos al servicio del cumplimiento de metas socio-políticas pre-establecidas dentro de diferentes modelos de desarrollo más que como modos de generar autoexpresión y autodefinición.

Sin embargo, el estudio del desarrollo del sistema de comunicación chileno nos revela dinámicas culturales que complejizan este cuadro, de formación de identidades nacionales, conformado por la presencia de culturas de elite que se extienden activamente promovidas o no, al conjunto social y de políticas culturales estatales de promoción e integración nacional.

Es posible señalar como aparatos culturales fundamentales operando hasta 1930 a:

- 1) sistema de educación, visto como instrumento de integración a través de un conocimiento mínimo comparativo y una adecuación a desempeños laborales, económicos, etc., requerido por el sistema social, y,
- 2) sistema comunicativo, entendido fundamentalmente como prensa, en cuanto lugar de constitución de una opinión pública y por lo tanto, de capacitación para el ejercicio de la ciudadanía.

Sin embargo, alrededor de esta fecha se empieza a producir un nuevo fenómeno. La simple presencia de un medio tecnológico nuevo, la radio, transforma el ámbito comunicativo de emisión y circulación de mensajes y, con ello, la eficacia y el poder relativo de determinación cultural de los agentes anteriores. El sistema radial penetra primero las capas altas y luego las medias, utilizando un lenguaje que da ca-

bida el sentimiento y a la emoción. Esto permite el surgimiento de formas culturales masivas que generan identidad, apelando a resortes más fáciles de tocar (y a la vez atávicos) que aquellos que toca el discurso racionalizante de la educación y la prensa. Durante la década del 60 la radio llega a los sectores marginales, los campesinos y los más pobres, penetrando una zona donde el sistema educacional actúa con mayor debilidad, donde la prensa está casi ausente y donde la televisión todavía no ha llegado. Lo interesante es que este medio de comunicación irrumpe en el cuadro de constitución cultural del país sin que, al parecer, se tenga conciencia de su poder educativo extraordinario. Aunque tiene una influencia importante en los procesos de cambio social que se generan en esos años y constituye una base para los proyectos de gobiernos modernizantes de distintos signos como los de Alessandri y Frei, no encontramos indicios que haya sido considerada de manera explícita como una herramienta o un factor cultural importante de tener en cuenta. En general se le atribuye una función política de formación de opinión (no operando en sectores tan fundamentales como aquellos tocados por el discurso de la prensa) y además una función de entretención social y políticamente inocua. Es por esto que no encontramos, como sucederá con la televisión, una política cultural clara respecto a la radio. Se cautela en parte y sin real resultado, su carácter nacional y esporádicamente se la utiliza como vehículo para programas educativos, pero no se piensa en la radio como un aparato de formación cultural... No manejada por el Estado, aunque si vigilada, dejada en manos de grupos privados que la visualizan como un negocio en el mercado de la entretención popular y una fuente de control político-electoral, la radio constituirá durante un tiempo largo una fuente importante de difusión y cristalización de sentidos y significados sociales.

1. COMO EL CARACTER DE UN MEDIO SE VINCULA
A LA EPOCA EN QUE NACE.

Se puede postular, a modo de hipótesis, que existe una relación entre las tendencias ideológicas que predominan en un momento histórico y el medio de comunicación que se origina en esa época. Vamos ahora a especificar esta relación general para el caso chileno.

1.1. La prensa

La prensa nace en medio de la lucha de la aristocracia criolla contra la dominación española. Siendo simultáneamente órgano de información y órgano de expresión de la clase política, la prensa constituye, desde la independencia, un destacado instrumento de participación de la oligarquía en "su" Estado. A través de ella, la clase política se desdobra: en tanto Estado informa a su base social y en tanto sociedad civil expresa sus derechos frente al Estado.

Pese a las transformaciones que afectaron, durante este siglo, a la forma del Estado, nos parece que la raíz liberal siguió presente en la concepción del medio hasta la llegada de la actual dictadura.

Dejando de lado los tabloides de la llamada prensa amarilla (que sería un híbrido particular), la prensa permaneció como

el espacio de lo deliberativo, teniendo por objeto "la cosa p^ública" que interesa al ciudadano.

1.2. La radio

Muy distinta en cambio es la inserción del medio radial, gestado hacia mediados de los veinte pero que expresa, fundamentalmente, lo que más tarde cristalizará como Estado de Compromiso. No hay que entender esta vinculación como una traducción directa de esa forma de Estado en el medio de las comunicaciones. Lo que queremos destacar es un contexto donde los procesos de urbanización, la creciente masificación de la política y el afianzamiento de las clases medias alrededor del aparato estatal -que caracteriza a los años veinte y treinta- van marcando la "vocación" del nuevo medio. De hecho, el gobierno del Frente Popular replantea la concepción liberal del Estado al promover su ampliación. Ampliación económica a través de medidas de integración social y de una política redistributiva que compense las desigualdades del desarrollo pero también ampliación del propio Estado, como aparato y como sistema político. Cristaliza, de este modo, un Estado con capacidad de intervención, el que, a la vez, buscará la prescindencia ideológica bajo la forma de un Estado laico (prescindencia que se rompe en 1948 con la ley de "defensa de la democracia").

La radio nace experimentalmente el año 23, pero se desarrolla y se afirma en las dos décadas siguientes, es decir, en plena etapa de transformación del antiguo régimen oligárquico en una sociedad capitalista.

Creemos que en su determinación se entrelaza una concepción liberal de corte tradicional con la concepción de un Estado rec-tor de los procesos y árbitro de los conflictos.

La producción y el discurso radial se basa en la libertad indi-vidual expresada como libertad empresarial y regulada por un Estado que "concede" en usufructo la onda radial a competidores particulares, lo cual es bien propio del liberalismo. El Esta-do se reserva, sin embargo, una serie de derechos de interven-ción en el medio, que van desde vigilar su nivel tecnológico, hasta la distribución de música nacional y extranjera, pasando por la capacidad permanente de transmitir cadenas radiales des-de la Presidencia de la República (la Dirección de Informacio-nes del Estado data de 1940). ¿Podría pensarse una situación de similares derechos estatales frente a la prensa, sin que se le acusara de Estado totalitario?

En la legislación radial están presentes, entonces, elementos del Estado liberal tradicional y elementos del Estado interven-tor: los primeros en las garantías de acceso y los segundos en la administración del derecho individual.

La presencia de estos dos aspectos no es un hecho anómalo ni casual. Responde al tipo de proyecto frentista en el cual co-existen dos ejes o propósitos constitutivos: el desarrollo ca-pitalista y la democratización política. Veamos ahora como la radiofonía queda inserta en el primero de estos ejes. El he-cho que la emisión quede en manos de empresas particulares no constituye diferencia respecto a la prensa. Sin embarago, la comunicación radial-sea por las características de su lenguaje y su alcance potencial, sea por las dinámicas de urbanización

/industrialización o por ambas--se orienta de inmediato hacia el mercado. De ahí que el público radial sea un público fundamentalmente consumidor. La masividad potencial de la radio no es abarcada por el propósito democratizador del Frente Popular y en consecuencia será desplazada en términos de ampliación del mercado. Se sigue reservando para la la prensa el espacio "serio" donde se crea, se expresa y se confronta la opinión pública. En la severidad de esta bifurcación se vislumbra la gran escisión entre una cultura política concebida al modo de la alta cultura y una naciente cultura de masas que se supone desagregada, standarizable y hasta banal. Formación y entretención, juicios y prejuicios, razón y efecto no tienen un punto de encuentro común.

Si la radio se insertó --casi con naturalidad-- en el mercado, la vertiente democratizadora del Frente Popular se volcó en cambio hacia el desarrollo de la igualdad de oportunidades ante el Estado y ante el saber, fortaleciendo la constitución de una cultura formalizada e institucional. Se democratizan las formas de acceso mediante, entre otras cosas, de :

- a) el fortalecimiento y la complejización de la burocracia estatal con miras a un cierto Estado de Bienestar, y
- b) la constitución de un sistema educacional ampliado, de inspiración iluminista y corte racional.

En este período, son el maestro, el profesor y el funcionario los agentes socializadores de la red democratizadora, verdaderos intelectuales orgánicos del proyecto, cuya influencia --sobre todo en la autoconciencia de una clase media-- permanecerá más allá de la vigencia del Frente Popular aunque crecientemente compartida con los medios de comunicación de masas.

A partir de estas proposiciones, quisiéramos preguntarnos por el modelo cultural que parece plasmarse en este período. En particular, el divorcio de una cultura de masas y una cultura adjetivada "a secas" y los canales que la van alimentando y de finiendo. En este modelo cultural-racionalista, positivista e institucional-quedaron fuera, y entregados a la lógica del mer cado, todo ese otro modo de aprendizaje y formación de sentido que tan bien manejan los medios de comunicación (la radio, el cine y más tarde la televisión).

El abandono al mercado de las formas expresivas de aprendizaje y de los procesos también subjetivos que conforman las identi- dades sociales, dejan a la cultura/educación acotada en un cam po formal e institucional. Mecanismos y agentes socializadores son efectivos en tanto inmersos en el aparato institucional. Li derazgo y dirección intelectual y moral están delimitados por la lógica de las instituciones y por un espacio referencial aco tado. De otro lado, y aparentemente ajena al proceso cultural "serio", está la radio, como terminará estándolo la TV más tarde. De hecho, con el asentamiento de la radio, comenzarán a o perar dos mecanismos paralelos de socialización: junto al de formación e información la radio introduce el de consumo-entre tención. Sin duda la cultura popular de masas estará permeada por ambos, pero estará más impregnada por las formas y lenguaj es expresivos en tanto más débil sea el acceso a una cultura racionalista y los vínculos y equivalencias que se puedan esta- blecer entre ésta y las condiciones materiales del sector popu- lar.

1.3. La Televisión

Finalmente, conviene revisar la relación que se establece entre el Estado de los sesenta y el nuevo medio: la televisión.

Es interesante constatar cómo la televisión es percibida desde sus inicios como un fenómeno de influencia masiva que hay que sustraer de los intereses particulares. Tras esta posición de la totalidad de la "clase política" subyacen al parecer los siguientes hechos:

- A la llegada de la televisión (1959) existe ya en el país una cultura de masas, que opera fuertemente alimentada por el sistema de educación y de comunicación previos. Se ha logrado, de manera más o menos exitosa, la integración nacional y política en torno a ejes de identificación comunes.
- Relacionado a lo anterior, también la política es un fenómeno de masas, tanto por la amplitud de los sectores que abarca como por el hecho que el destino de los proyectos en pugna se define por el signo de esas mayorías.
- La lucha política en torno al poder del Estado ha alcanzado, por otra parte, un alto grado de conflicto. Se está ante una sociedad no sólo masificada, sino también politizada. Toda la década del sesenta está cruzada por proyectos que proponen modificaciones profundas de la sociedad.

El triunfo del proyecto reformista de la democracia cristiana en 1964 y la alta votación obtenida por la izquierda ese año, señalan tanto la vigencia de una mentalidad de cambios como la rivalidad de las fuerzas en pugna.

La disputa --a través del Estado-- del "modelo de desarrollo" y el papel que "las masas" tendrán en su resolución, parecen ser los elementos claves en la ubicación que, de facto y en exclusividad, tendrá la TV hasta 1970: las universidades.

La premisa básica de esta trayectoria es el enorme poder que se adjudica al medio. Se afirma que "ningún medio de comunicación tiene el poder y el impacto de la TV por su capacidad para crear imágenes, formar opinión pública y determinar una escala de valores" (1). En vistas del poder del nuevo medio, la situación que se implantó de hecho pretendía salvaguardar su uso en dos sentidos :

- 1) evitando que obedeciera a finalidades de lucro y a intereses económicos particulares, pues en tal caso toda la capacidad de influir estaría al servicio de intereses minoritarios; y
- 2) impidiendo que el Estado se haga cargo de la TV, ya que podría ser un factor de influencias políticas que distorsione el hasta entonces "libre juego democrático".

Las universidades son vistas como garantes de "la responsabilidad moral y cultural del país". Lo que sin embargo, parece o-

(1) Actas de las sesiones del Senado de la República.

currir --sin restar la capacidad cultural de las universidades-- es que existe una concepción de la televisión que vaya más allá del temor al instrumento, capaz de influir con fuerza en la mentalidad de la gente. Lo que reciben las universidades es justamente esta ausencia de proyecto, de la manera en que una papa caliente es desplazada hacia lugares más fríos.

Veamos ahora los elementos que están presentes en la exclusión -formal- de la empresa privada y del Estado en los primeros diez años de operación de la televisión. Decíamos que en los años sesenta, están ya establecidos los grandes rasgos de una cultura nacional masiva, específicamente en lo que se refiere a la existencia de símbolos de identificación que operan para la mayo -ría del país. Este modo nacional es, sin embargo, precario y parece puesto a prueba por la presencia de una lucha política también de alcance masivo. La televisión llega al país en momentos de creciente lucha hegemónica y la sensibilidad al uso político del medio-sean los particulares, sea el Estado- proviene de todos los sectores en pugna.

Se sospecha --y con alguna experiencia-- de la capacidad universalizadora de los intereses económicos privados, vía que se estimó legítima para la prensa y la radio en su momento, Ya no cabe ingenuidad frente a los medios de comunicación, menos aún ante el poder de las imágenes: la experiencia de la prensa y de la radio ha demostrado cómo el sistema de propiedad termina obedeciendo a intereses particulares que gravitan fuertemente en la presencia de concepciones y discursos sobre la sociedad.

Por otra parte, la dirección que tomará el Estado es incierta. Dejar en manos de éste un poderoso instrumento de influencia,

significaría dejar en manos de cualquier gobierno --y de cualquier signo-- un cheque en blanco que usaría en su beneficio. La creencia en un Estado "por sobre toda sospecha", garante del interés general, ha llegado a ser una cuestión dudosa.

Así es como por exclusión, pero sin resolver el problema de fondo, que desde 1959 hasta 1970 la televisión funciona exclusivamente al amparo de las Universidades.

A poco andar esta carencia dió sus frutos. Las universidades, como podía preverse, no tenían un proyecto de comunicaciones que fuera más allá del modelo de "extensión universitaria", insuficiente para un medio de proyección nacional. El esfuerzo de improvisación, junto a la corriente modernizadora de la economía, las llevó a tomar el modelo de la televisión comercial más influyente, la norteamericana, y a entrar en sus circuitos de distribución. Los capitales privados nacionales no necesitaron invertir en el montaje del nuevo medio, pero pudieron disponer de él a través de la publicidad, y disponer por lo tanto de la programación.

Por otra parte, la ley que en 1970 sanciona la existencia de la TV universitaria, autorizó la operación de un canal nacional-esttatal de amplia cobertura territorial. El financiamiento estatal, insuficiente para la operación de la red, llevó a que el canal nacional también adoptara la forma de la televisión comercial.

El fenómeno resultante es llamativo: televisión comercial bajo el auspicio de las universidades y del Estado. La década del

sesenta, con toda su voluntad de cambio, no fue capaz de imaginar y producir, a través de la televisión, un cambio en el sistema de comunicaciones. Las prescripciones que se hicieron presentes en la legislación no produjeron más efectos que una permanente mala conciencia en la televisión universitaria y estatal.

Es notable la ausencia de un proyecto cultural en la sociedad, expresado por cualquiera de las fuerzas que se debaten por dirigir el proceso de cambio. Aún en los grandes momentos proyectivos, la cultura en cuanto desarrollo de identidad y los medios de comunicación en cuanto formadores y reformadores de concepciones del mundo, no son incorporados dentro de los esquemas de cambio. Pareciera predominar en ellos, finalmente, el embrujo de la tecnología y una cierta confianza en que el progreso se encauza a sí mismo si la sociedad hace lo suyo.

El Estado oligárquico logró plasmarse en una determinada concepción de la prensa y el Estado de Compromiso en una concepción "suavemente mixta" de la radio. La crisis del incipiente Estado de Bienestar dejó en cambio el sello de una gran contradicción, que jugó finalmente en beneficio de la empresa privada. Y el temido poder de la imagen se colocó al servicio del mercado de bienes y de ideas. El componente modernizador de los proyectos -- fundamentalmente el de la DC-- y la alianza con los sectores industriales que éste supone, terminó imponiéndose por sobre el discurso de cambios estructurales.

2. CARACTERISTICAS GENERALES DEL
MEDIO RADIAL EN CHILE.

La radiofonía es, desde sus inicios, un fenómeno que, aunque cautelado por el Estado, pertenece y se desarrolla en el ámbito de la sociedad civil. Propiedad, tecnología y extensión de las redes son supervigiladas por el Estado a través de leyes y reglamentaciones. Este se reserva el poder de conceder el uso del medio y de vigilar su calidad técnica, sin que las reglamentaciones --incluso las que se refieren a distribución de contenidos-- traspasen y vayan más allá de las formalidades de ejercicio de una facultad que pertenece, incuestionablemente, al ámbito de los particulares.

Una segunda característica es, lo que en términos provisorios se puede designar como "carácter técnicamente popular". ¿En que sentido? De tres maneras. La primera se refiere a las condiciones de acceso: la radio no requiere más destrezas que la facultad de oír, lo cual marca una diferencia importante respecto de la prensa -saber leer, saber descifrar, saber concentrarse. El segundo modo dice relación con la capacidad expresiva del lenguaje radial: a diferencia nuevamente con la palabra escrita, el sonido --voz y música-- abren un amplio espectro de posibilidades comunicativas, que se mueven desde el distanciamiento objetivo de las cosas (o la pretensión de tal), hasta la cercanía coloquial que busca y representa a las subjetividades compartidas. En tercer lugar está el uso exclusivo o sobrepuesto del tiempo. La lectura de prensa requiere de un tiempo de "dedicación exclusiva" definido por la disponibilidad de un tiempo libre.No

ocurre así con la radio: constituye una presencia tan ubicua como el auditor disponga, pues no precisa de exclusividad ni de especial concentración.

Estas, que son definiciones propias del medio técnico de la radio, adquieren especial connotación en el caso de sociedades subdesarrolladas con una cierta tasa de analfabetismo y una integración geográfica y social no acabada.

Como tercera característica, la producción radial está orientada hacia un público definido esencialmente como consumidor de productos materiales y también simbólicos. El medio es desarrollado por y desde la sociedad civil pero su ámbito de referencia no es el estatal-político, ni su destinatario es el ciudadano. Lo es en cambio un público diferenciado en cuanto a sector y diferenciable en tanto consumidor.

3. CARACTERISTICAS DEL MEDIO RADIAL
EN LOS AÑOS SESENTA.

3.1. En general.

Si bien los postulados básicos sobre los cuales se asienta la producción y el discurso radial han permanecido idénticos (libertad individual expresada como libertad empresarial en la emisión de discursos y regulada por un Estado propietario que concede en usufructo la onda radial a competidores particulares) las transformaciones en el medio mismo fueron numerosas. En estos años se dan dos procesos de sentido inverso: auge y decadencia del medio. Auge, en cuanto se desarrollan al máximo las posibilidades que ofrece la radio dentro de un determinado modelo comunicativo y decadencia en tanto la televisión comienza a perfilarse como un medio potencialmente más fuerte en su capacidad de conquistar audiencias.

Los cambios observados siguen, al parecer, los avatares de los proyectos de sociedad que entonces se debaten. Para el caso de las comunicaciones, ellos se expresan como:

- a) Exigencia de mejoramientos tecnológicos y mantención de estándares que permitan incluir al país en las redes hemisféricas occidentales.
- b) Interés por incluir y cubrir todos los sectores geográficos y sociales en la red comunicativa, esto es constituir una nación con hablas y discursos comunes, como condición de éxito de un proyecto central.

Son los años de la socialización, a nivel de la esfera política de las teorías del desarrollo. De allí que no es extraño que los grandes lineamientos en materia de comunicaciones sean tributarios de ella, especialmente en su expresión de modernización (2).

Es así como encontramos un notable estrechamiento de la red radial expresada tanto en términos cuantitativos --fundación de nuevas emisoras-- como a través del mayor alcance de recepción que se logra con el aumento de la potencia transmisora.

Por otra parte, hay un aumento cuantitativo y cualitativo de los sectores expuestos al mensaje radial. La política industrial, siguiendo la sustitución de importaciones, favorece la producción de receptores de precio intermedio. A ella se agregará, hacia 1962, la importación de radios transistorizadas que revolucionarán el tipo de recepción al convertir a toda la población --urbana pero sobre todo rural-- en radioescuchas. Este fenómeno será de crucial importancia en la integración de los nuevos sectores a la "vida nacional", ya que es justamente sobre los campesinos y sobre los marginales urbanos que se asienta la base popular de la democracia cristiana en el gobierno(3).

(2) En el Seminario sobre "El papel de las comunicaciones en el desarrollo económico" convocado por la OEA y realizado en Santiago de Chile, en 1964, se afirmaba que: "Para acelerar el desarrollo económico-social se debe ofrecer la contribución de la comunicación como medio para cambiar actitudes, romper resistencias y ayudar a tomar decisiones que redunden en mejoramiento para la comunidad"... "La comunicación debe asumir un papel protagónico en el cambio, produciendo conciencia de su necesidad, tanto entre los más ricos como en los sectores atrasados"... "Esa comunicación debe convertir elementos postergados, las grandes masas rurales, en elementos positivos para el progreso, ayudándolo a elevar sus niveles de vida, incrementando el consumo y aumentando la producción agrícola".

(3) En 1961, una de las recomendaciones que surgen de la reunión de expertos sobre el desarrollo de los medios de información en América Latina, convocada por UNESCO, señala: "Estudiar la posibilidad de instalaciones en Latinoamérica de fábricas de receptores a precios módicos y examinar los problemas de los derechos arancelarios".

El proyecto modernizador impulsado por la DC, comparte con el antiguo Frente Popular los objetivos de democratización y modernización capitalista. En la relación de necesidad que se establece entre estos dos parámetros, tanto la educación como la comunicación adquieren un papel fundamental: campesinos y marginales habrán de incorporarse al mercado nacional, y a un modelo cultural acorde. La expansión mercantil exige un "cambio de mentalidades", la generalización de un sentido común moderno y abierto al cambio se realizará a partir de la institucionalidad-política y educacional- pero también buscando nuevas formas, capaces de recoger (o, al menos, neutralizar) las características sectoriales. La educación popular, como parte del objetivo de "promoción popular", será la forma más visible del nuevo modelo de masificación. Pero junto a ella, y tal vez con una presencia mucho mayor, estarán los medios de comunicación en la forma del ya popular receptor de radio.

3.2. Integración y discurso público.

La introducción de la radio había significado a partir de los años treinta un cambio importante en el ámbito comunicativo nacional. El soporte oral de sus mensajes y su capacidad de penetración en el ámbito privado y cotidiano la constituyó en la red de producción-difusión de hablas más poderosa, dentro de los medios masivos hasta entonces conocidos.

En la década del sesenta, el medio radial logra el máximo desarrollo de su potencial de penetración y juega un papel fundamental en los procesos políticos y sociales que caracteriza

ron al período. Podemos visualizar este auge a través de la extensión de un discurso público y de los mecanismos de identificación/incorporación que subyacen a la constitución de una cultura popular de masas.

La disponibilidad de una red de recepción masiva constituye un mecanismo importante en la difusión del discurso público y en la redefinición que va operando en el ámbito privado. Lo anterior ocurre básicamente mediante la producción y difusión masiva de símbolos y sentidos en los cuales, potencialmente, se pueden reconocer sectores heterogéneos, que hasta entonces aparecían tocados marginalmente, o en absoluto, por apelaciones generales.

Pero la masificación del discurso público no se limita sólo al hecho de la extensión. La homogenización del consumidor requiere denominar y categorizar al receptor, produciendo una suerte de clasificación que transforma las identidades sociales previas y las hace funcionales a un determinado esquema de sociedad, donde a la categoría de ciudadano se han agregado otras: público, espectador, radioescucha, hinchas, joven, mujer, etc.

El modelo de masificación que comienza a desarrollarse en los sesenta se apoya en un eje de categorización social y de distribución de equivalencias. Este esquema cultural es alimentado fundamentalmente por los medios de comunicación y especialmente por la red radial (y más tarde por la televisión), constituyendo un sistema paralelo al sistema político institucional. Saltando un poco en el tiempo, uno se podría preguntar si no fue clave la existencia de esta categorización social en la operativa misma de la dictadura militar(4). En todo caso

(4) Sobre este tema: Munizaga, Giselle, "La mujer, el vecino y el deportista en los micromedios de gobierno". Un estudio sobre la construcción de sujetos políticos a través del discurso oficial. CENECA, Santiago, 1983.

parece cierto que, a estas alturas, todo proyecto de transformación radical se basa en la existencia de una cultura de masas y que la estandarización que ella supone cumple una función integradora pero a la vez, paradójicamente, atomizadora.

La radio contribuye a la formación de una identidad nacional pero lo hace en términos funcionales al modelo económico (y no respecto al sistema político). Fomenta una integración sectorializada, trazando los límites y las distancias entre los grupos según los gustos y las preferencias individuales. De este modo, no sólo encauza sino que desencadena o impulsa un despliegue de subjetividad que no encuentra cabida en una actividad política muy formalizada y la desplaza hacia el mercado cultural. No es de extrañar entonces el impacto que logra posteriormente el intento neoliberal de hacer del mercado el mecanismo exclusivo de gratificación.

Otro elemento que parece significativo, al momento de revisar el papel de la radio en la masificación de un discurso público, es el tema del lenguaje afectivo-expresivo y sus connotaciones en un modelo de cambio social.

Veámos que los procesos de modernización requieren penetrar en la cultura popular masiva, requieren impregnarla y transformar su sentido común. Se trata de generalizar una concepción del mundo, abarcando dos frentes: a) las conductas referidas a la esfera del conocimiento y la operación medios-fines (eficacia técnica) y b) los mecanismos de expresión subjetiva a partir de los cuales se originan y manifiestan identidades y pertenencias simbólicas.

El medio radial permite operar a esos dos niveles de la racionalidad instrumental y el de la racionalidad expresiva. La capacidad de penetración de la radio se apoya en esta dualidad. Noticias y programas de opinión en la línea de una lógica instrumental y radioteatros, programas de participación, concursos y radio-compañía, sin olvidar la ranchera, el tango y el bolero, en la línea de la función expresiva.

Nuestra reflexión se centrará en esta última, pues aparece como fundamental en la subjetivación de una mentalidad modernizante que, aunque tiene fecha de inscripción (año 1964, gobierno demócrata cristiano) marcó una tendencia que fue más allá de la vigencia de un proyecto político.

El lenguaje coloquial --que sólo permite la radio-- invita a integrarse a "la gran familia radial", espacio de encuentro -teóricamente- entre lo público y lo privado. La constitución de ese espacio de encuentro es la función integradora de reemplazo que cumple la radio en momentos de cambio acelerado. Si la urbanización supone soledad, si el cambio genera inseguridad, el medio radial acerca "el mundo ancho y ajeno" y enancha el mundo pequeño y personal de los movimientos cotidianos. Al elevar la particularidad a la categoría de actividad compartida (y por lo tanto significativa), la radio está historizando la vida y llenando el vacío que dejan los aparatos tradicionales en la constitución de sentidos.

Al campesino, la radio le enseña a manejarse en lo que será su futura vida urbana, al migrado le mantiene unido al terruño, al marginal le señala los pasos que habrá de recorrer, al obrero le permite estar en el estadio mientras trabaja, al joven unirse

a otros jóvenes en la música y a la dueña de casa las emociones que le están veladas. Y a todos les permite una forma --barata, amena y poco conflictiva-- de sentirse partícipes de una totalidad social. La sociedad es invocada a través de la gran categoría del "público" (y valga la coincidencia) definido como espectador, consumidor y auditor.

Lo que parece estar en juego, en esta forma de masificación cultural, es una redefinición de la relación entre lo público y lo privado. Cada vez más los temas públicos son consumidos en forma privada e individual. Cada vez más, la opinión pública es un asunto privado no sujeto a confrontación directa. La sociedad es "traída" a la esfera particular por la radio, como lo será más tarde y con mayor ajenidad, por la televisión. Y los distintos sectores, a su vez, adquirirán un perfil propio en la medida en que sean denominados por el medio y transmitida su existencia y características hacia otros sectores.

En un régimen de institucionalidad democrática, los sujetos constituidos en y por los medios de comunicación, se conjugarán con sujetos constituidos en torno a otros procesos (obrero , estudiante , dirigente , funcionario, etc.), dando a la cultura masiva un componente complejo y enmarañado de identidades sociales, con anclajes y referentes diversos.

4. COMO LA RADIO CONTRIBUYE A LA MELODRAMATIZACION DE LA CULTURA.

Por último, queremos plantear un tema cuyo desarrollo trasciende el alcance de este trabajo. La secularización propia de toda ola modernizadora, lleva a que problemas que en la etapa anterior eran solucionados por la vía de la trascendencia religiosa, tiendan, en el nuevo modelo, a ser resueltos dentro de un universo ideológico y/o emotivo. Universos cuyos significados están formados tanto a partir del sistema institucional como a partir de la acción de los medios de comunicación. En la base de ellos (y de su estrecha relación), se encuentra la bifurcación entre las dos formas culturales que señalábamos más atrás. Esto es, una que responde a las necesidades de formación e información dentro de una lógica racional e instrumental y otra, que responde a las necesidades de identificación y pertenencia simbólica y que se manifiesta a través de formas afectivas y expresivas. Una cercana a la fe secular de la ideología y la ciencia, la otra liberada a las fuerzas del melodrama.

El recurso cultural del melodrama no es nuevo, pero adquiere especial connotación cuando los procesos de modernización coinciden con la disponibilidad de medios masivos de alcance popular. Desde ésta perspectiva, convendría revisar la función que los medios de comunicación, y en particular la radio, han desempeñado en la puesta en escena del bien y del mal en la sociedad.

La radio ópera no sólo a través de la banalización de los contenidos, sino también en la estructuración del discurso en tor

no a las características más primarias del ser humano. Pareciera ser que la homogenización es más exitosa cuando, desde cerca, coloquialmente, se logra conmovier con el miedo, el suspenso, el éxito o la competencia. Frente a una sociedad organizada para funcionar sobre bases tecnológicas, la vertiente expresiva de la radio se ofrece al individuo como un refugio, con un mundo nítido y legible, donde la tensión de la elección compleja está resuelta dentro de un orden inmutable de bien-mal, amor-odio, belleza-fealdad.(5).

La melodramatización de la cultura se refiere a la extensión de esta fórmula hacia la relación que establecen los individuos con la sociedad concreta. Se constituye como respuesta, a partir de los medios masivos, frente a la pérdida de referentes valóricos y ante la ausencia de grupos de pertenencia anteriores, en situaciones propias de cambio social acelerado. Pero ofrece también, y de modo más permanente, un código de respuestas claro y estable, que se contrapone al cálculo complejo y de difícil discriminación que requiere la vida moderna. La recomposición del mundo que se asienta en una estructura melodramática permite que situaciones complejas sean legibles y que condiciones dolorosas sean aceptables.

Tras la capacidad alienadora de la melodramatización se encuentran necesidades que no se vuelcan en la lógica diurna de la conducción del propio destino. Porque el sistema así lo quiere y, tal vez, porque tampoco toda la condición humana cabe en ella.

(5) Basta recordar la transmisión de un partido de fútbol --sacado del estadio precisamente por la radio en la década del cincuenta-- para recrear la imagen de una confrontación donde, en el destino del equipo, se ha proyectado el propio bien y la propia realización.

34