



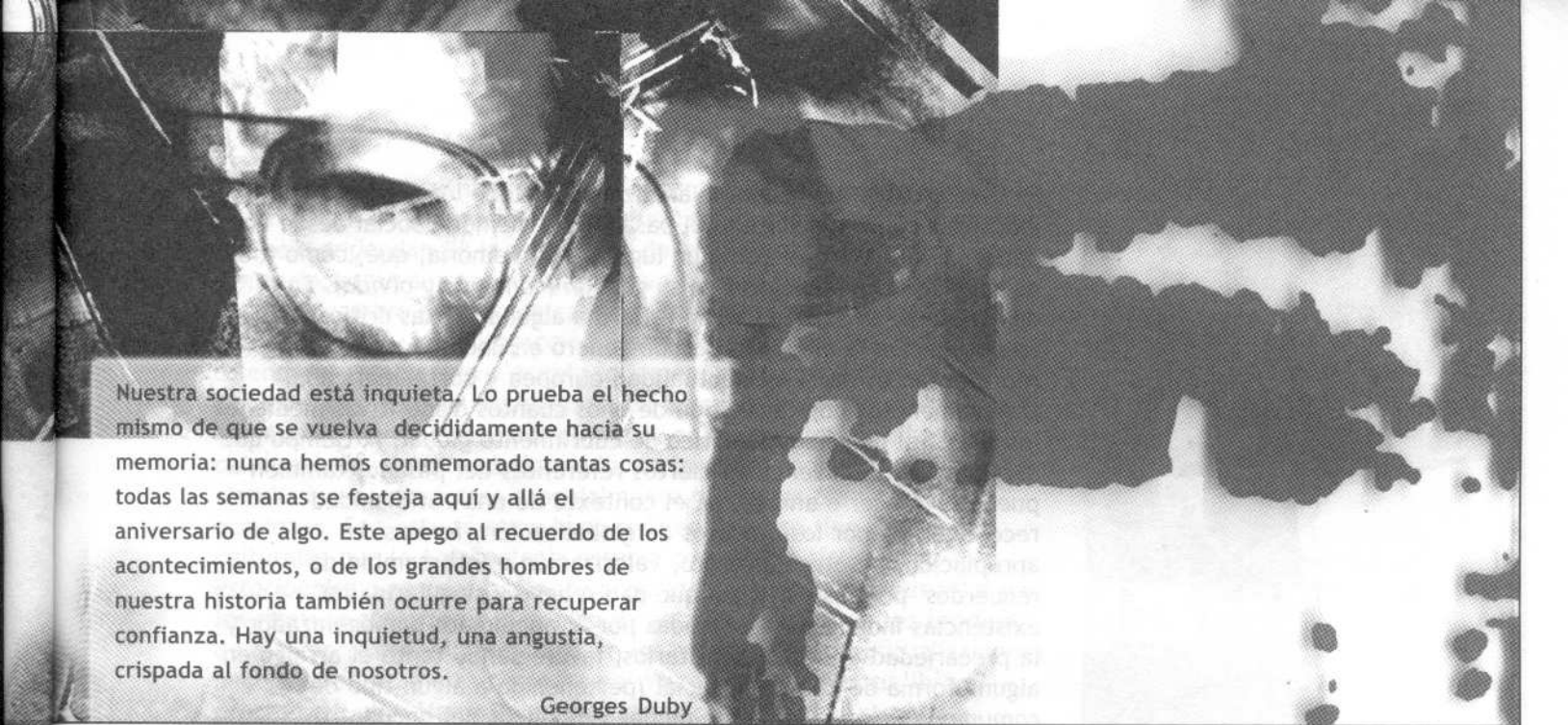
# PRESENCIA DEL PASADO EN LOS MEDIOS E INDUSTRIAS CULTURALES\*

Por María Griselda Gómez F.

Profesora Asociada  
Escuela de Comunicación Social  
Facultad de Artes Integradas  
Universidad del Valle, Cali, Colombia  
[magrisgomez@yahoo.com.ar](mailto:magrisgomez@yahoo.com.ar)

**RESUMEN:** Este texto analiza el uso que los medios y las industrias culturales hacen del pasado y la memoria social desde una perspectiva que los ve como lugar de memoria. Se hace referencia a algunas críticas que la moda del pasado generó en diversos intelectuales europeos y norteamericanos, y la complementa con la revisión de varios dispositivos mediante los cuales el universo mediático de cubrimiento global, al tiempo que mercantiliza y universaliza ciertos referentes del pasado, favorece o anima formas de apropiación, de atesoramiento, valorización e intercambio de recuerdos que dan relieve y singularidad a existencias individuales marcadas por el anonimato y la precariedad de lazos identitarios, favoreciendo así tanto el arraigo en alguna forma de identidad social como modos simbólicos de encuentro con el otro.

**PALABRAS-CLAVE:** memoria, pasado, medios e industrias culturales, efemérides, cotidianidad urbana, nostalgia, ritualismo mediático, biografías massmediáticas



Nuestra sociedad está inquieta. Lo prueba el hecho mismo de que se vuelva decididamente hacia su memoria: nunca hemos conmemorado tantas cosas: todas las semanas se festeja aquí y allá el aniversario de algo. Este apego al recuerdo de los acontecimientos, o de los grandes hombres de nuestra historia también ocurre para recuperar confianza. Hay una inquietud, una angustia, crispada al fondo de nosotros.

Georges Duby

Sé que he perdido tantas cosas que no podría contarlas y que esas perdiciones, ahora son lo que es mío. Sé que he perdido el amarillo y el negro y pienso en esos imposibles colores como no piensan los que ven. Mi padre ha muerto y está siempre a mi lado... sólo el que ha muerto, sólo es nuestro lo que perdimos... no hay otros paraísos que los paraísos perdidos.

Jorge Luis Borges

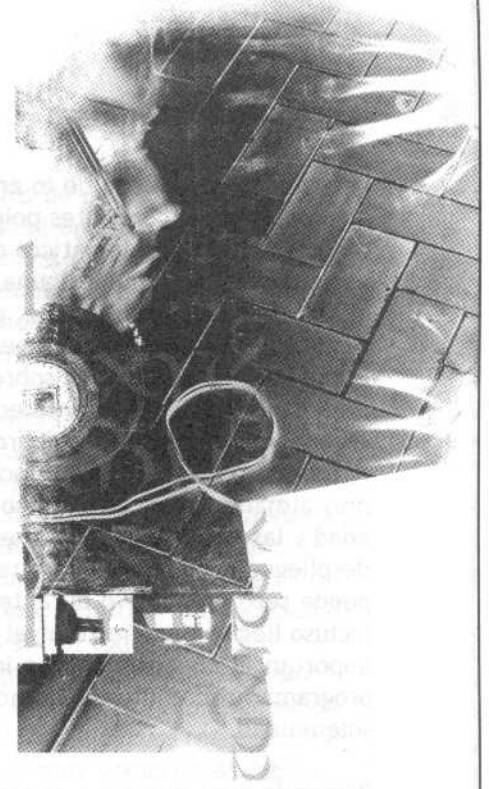
# P

## RESENTACIÓN

La preocupación por la memoria en las sociedades contemporáneas, su frecuente presencia en las agendas de los medios y en los mercados de bienes culturales es un hecho que si bien estuvo muy presente en las discusiones sobre la cultura en la década de los 90 del pasado siglo, ya había llamado la atención de los analistas desde por lo menos veinte años atrás. Jacques Le Goff, en un texto de 1977 sobre la historia de la

memoria colectiva en Occidente, hizo comentarios sobre la relación existente entre por un lado su *exaltación*, el culto del que era objeto, y por otro, las preocupaciones generadas por la idea de pérdida de la misma, en sospechosa simultaneidad con su conversión en mercancía sumamente rentable en el mercado de la por entonces llamada *sociedad de consumo* (Baudrillard). Tiempo después, otros estudiosos como T. Todorov, G. Duby, y Fredric Jameson también se refirieron a la *moda de la memoria*, a los *peligros de su fetichización* y a la *responsabilidad que a la gestión mediática podría caberle en el asunto*.

dinámicas que los configuran y por lo tanto los usos que del pasado hacen en sus programaciones y diversas realizaciones no son variables que sólo dependan de la autonomía de la institución mediática. Por el contrario, están sujetas, en grado diverso, a matrices culturales de honda raigambre antropológica. Lo mismo que en la sociedad en la que operan, hay una interacción fuerte con la clasificación que el calendario establecido y aceptado impone como organización del tiempo social. Ello se evidenciaría en la presencia de un cierto ritualismo, manifestado, por ejemplo, en el *respeto* a las llamadas *celebraciones de calendario* mediante la producción y puesta en circulación de productos especialmente diseñados para tales ocasiones. Con este término hago referencia a ese tipo de eventos culturales que la Antropología estudia como *ritos cíclicos, estacionales o regidos por el calendario; a los ritos de crisis vital y a los ritos de elevación o descenso de estatus*. Los referentes teóricos de esta aproximación al pasado en los medios son conceptualizaciones hechas en torno a estas nociones por Victor W Turner en su libro *El proceso ritual*<sup>2</sup> y Harry Pross en algunos capítulos de *Estructura simbólica del poder*<sup>3</sup>.

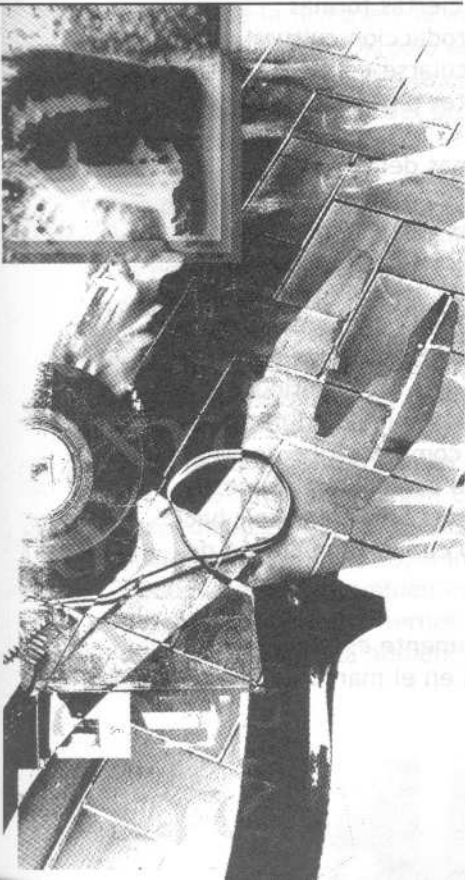


#### LOS MEDIOS: UN LUGAR DE LA MEMORIA

Para el análisis de las formaciones culturales R. Williams propuso estas tres nociones: lo arcaico, lo residual y lo emergente. Como entre las tres se tejen complejas relaciones, más que considerarlas como compartimentos estancos habría que hacerlo según la lógica de los vasos comunicantes, estar atentos a las fusiones, las reconversiones que entre ellos pueden realizarse. De los tres nociones, las dos primeras parecen ser las más afines a lo que aquí se pretende discutir, esto es, la consideración de los discursos mediáticos como un lugar de la memoria social en el que fragmentos de muchos pasados se manifiestan según diversas mezclas y configuraciones.

Según R. Williams, lo arcaico es lo que en la memoria sobrevive del pasado pero únicamente en cuanto pasado desactivado. Como es obvio, la idea de lo arcaico no remite, al menos no exclusivamente, a la idea de lejanía, pues también involucra la de ausencia de una articulación viva con los intereses del presente. Se trata, por lo tanto, de un pasado que, en principio, sólo sería objeto de estudio por parte de ese tipo de especialistas para los que comprender el papel del pasado en el presente no es tarea esencial; los que conciben la Historia como especie de ciencia neutra, prioritariamente preocupada por "el conocimiento de la verdad del pasado de occidente"; también podría ser ese pasado abstracto que se inculca en la Escuela, como contenido sustancial de los cursos de *Historia Patria* y sobre todo de *Historia Universal*, en los niveles básicos de la formación escolar.

Por su condición de memoria legitimada, además de ser objeto de enseñanza, también suele serlo de *culto público*, esto es, de celebraciones y conmemoraciones más o menos *ritualizadas*, en fechas específicas del calendario de festividades (patrias o religiosas) y de recordatorios, también en las fechas señaladas por el almanaque, en los medios de comunicación habitual, aunque no exclusivamente, en los impresos, en secciones especialmente dedicadas a ello y que suelen llamarse algo así como *hoy hace cien años, en un día como este, etc.*





Otra forma coyuntural de lo arcaico en los medios, a veces con tintes polémicos que sugieren nexos problemáticos con el presente, suele darse cuando hay alguna razón *-de actualidad-* que lo justifique, por ejemplo la realización de una película, serie de televisión o la publicación de un libro sobre un asunto del pasado por parte de un intelectual distinguido o reconocido, o cuando desaparece alguna vieja figura del pasado cultural o político del país ya muy alejada del escenario público en razón de la edad y las enfermedades. En estos casos, el despliegue de información y rememoración puede ser significativo durante unos pocos días, o incluso llegar a un cierto nivel de mayor importancia cuando también instancias oficiales programan recordatorios dotados de una cierta solemnidad.

Parecería pues que algunos componentes de lo que comúnmente llamamos *cultura general*, así como cierta versión de la historia nacional, esa que despectiva, irónica o críticamente se nombra como *Historia Oficial*, estarían muy cerca de calificar en lo que Williams define como el estrato arcaico... si no fuera porque también parecen constituir lo que podría nombrarse como *componentes residuales de la cultura en la que se reconocen sectores dominantes de corte más bien tradicionalista*. Por lo que hace a los medios, lo arcaico también puede aparecer como una lejanía de ambigua valoración, marcada por lo pintoresco, lo paradójico, lo extraño o lo ajeno; capaz, por lo tanto, de despertar un cierto interés en algunos sectores de los públicos de medios. En ese sentido, el pasado mediático es otra forma del comercio de novedades; como tal, en parte gracias a la ignorancia de sus públicos y a las facilidades de consulta abiertas por Internet, puede constituir un filón prácticamente inagotable.

Lo residual es aquello que, efectivamente originado en el pasado, aún se halla vivo y actuante en la conciencia del presente, como una rabia, una culpa, un orgullo o una herida abierta. Lo residual no es homogéneo ni estático, pues lo integran dos tipos de componentes: aquellos elementos del pasado que la cultura de los sectores dominantes reconoce como propios porque los ha integrado, incorporado o refuncionalizado a su favor, y los que aún le son ajenos, extraños o antagónicos. En principio, estos últimos pueden constituir una reserva para

la oposición, la impugnación o la resistencia político-cultural; con ellos aún se podrían construir alternativas, tal como lo han intentado realizar algunos movimientos sociales inspirados en políticas de identidad (feminismo, movimientos étnicos, etc.). Pero como lo residual es un sistema inestable, cambiante, también es factible que lo que en un momento dado tenía un carácter de *residual subalterno y antagónico*, sea desactivado, instrumentalizado o reconfigurado y pase a funcionar como parte de lo residual dominante. Y viceversa.

Lo residual, así entendido, permite comprender por qué hay *luchas por el control de la memoria*; permite entender por qué la memoria colectiva es un poder que, como dice Le Goff, "constituye (...) uno de los elementos más importantes de las sociedades desarrolladas y de las sociedades en vías de desarrollo, de las clases dominantes y de las clases dominadas, todas en lucha por el poder o por la vida, por sobrevivir y por avanzar."<sup>4</sup>

Lo emergente corresponde a lo nuevo, a aquello que en las prácticas, y en los sentidos con que se llevan a cabo, se refiere a las innovaciones y rupturas. Tampoco es un estrato uniforme, pues lo nuevo no es necesaria ni automáticamente antagónico o funcional a los sectores de poder o a los subalternos. En determinadas coyunturas histórico-culturales, lo nuevo puede fusionarse con elementos residuales o incluso arcaicos, tal como lo ejemplifican ciertas formas contemporáneas de producción cultural musical o arquitectónica, y articularse de modos desigual a los intereses dominantes o subalternos.

En Colombia, las formas del recuerdo massmediático del pasado arcaico varían: a veces son breves notas, tal y como aún se acostumbra en el noticiero radiofónico de la cadena RCN, el emitido a nivel nacional todos los días entre las 6:00 y la 10:00 a.m., en la sección "Efemérides de hoy". Estas notas, cuya brevedad recuerda lo que en la antigüedad se conocía como los Anales, suele incluir tanto información nacional como ese tipo de datos de aquí y allá que, por su carácter de supuesto conocimiento de importancia *universal*, hace parte de lo nombrado con la vaga noción de Cultura General.

El propósito, francamente escolar, de estos componentes arcaicos en el marco de una

emisión radiofónica dedicada a las noticias de actualidad durante algún tiempo se reforzó con la destacada participación (ahora de forma muy esporádica) de un profesor universitario (de Derecho), nombrado siempre como “el profesor Bustillo”. Su función era precisamente ampliar y/o comentar, en el tono de un docente, los datos mencionados en las efemérides, aclarar algún término contenido en una nota de actualidad, pero cuyo flagrante anacronismo respecto de los usos lingüísticos actuales así lo exigía, o establecer conexión entre un hecho del presente y sus posibles antecedentes o similitudes con hechos del pasado para una audiencia evidentemente pensada como ignorante de tales vinculaciones. En tono humorístico, el director Gossain, secundado por otros miembros habituales de la planta periodística responsable del programa, solía resaltar el carácter francamente anacrónico del “profesor” haciendo chistes acerca de su incompetencia en cuanto al manejo de artilugios propios de las últimas tecnologías de comunicación: “no sabe cómo se abre un correo electrónico”; “está a punto de ahorcarse con el micrófono”, etc. El personaje duró años en el programa, se diría que fue una de sus “tradiciones más queridas” por los oyentes, hasta el punto que cuando estaba fuera del país, en Estados Unidos, parece que por razones académicas, igual siguió participando en el programa (vía satélite), sólo que comentando eventos de la historia y la actualidad norteamericana. Hoy, sólo en muy contadas ocasiones interviene en la emisión, a veces por solicitud del director del programa o por iniciativa propia.

No cabe ninguna duda del arraigo que este tipo de secciones tiene en los oyentes habituales de la emisión noticiosa. Cuando el profesor, que según los jocosos comentarios del director del programa “lo recuerda todo” y “lo sabe todo”, se veía precisado a confesar su ignorancia en algún asunto menor de la historia colombiana, en clave local o regional, siempre solicitaba la colaboración de los oyentes y ésta, efectivamente solía llegar, casi de inmediato, vía fax, correo electrónico o llamada telefónica, de cualquier lugar del país, o incluso del exterior, en el que la emisión también era captada gracias al sistema Real Audio/Internet. Lo cual sugiere que, después de todo, la audiencia no era tan ignorante...

Otro caso significativo de un uso de pasado susceptible de incluirse en la categoría de lo arcaico, esta vez a nivel de los medios impresos, se dio en *El Malpensante*, una revista cultural actualmente publicada en Bogotá, de circulación nacional cuasi-bimensual. Durante un tiempo significativo de su trayectoria (aproximadamente en veinte de las primeras ediciones puestas en circulación) se mantuvo una sección llamada Carbono 14. En ella se publicaban textos de hace muchos años, siglos incluso; de géneros y autores muy variados, siempre relativamente cortos, escogidos con un perfil en el que predominaba lo curioso, insólito, humorístico o raro; un poco como si con todos quisieran corroborar la consigna “el pasado puede ser divertido”, incluida en la nota de presentación de uno de los tantos viejos textos recuperados. Podría decirse que en muy pocas ocasiones la nota que solía acompañar al escrito anacrónico justificó la inclusión mediante un pretexto circunstancial ligado a la actualidad<sup>5</sup> o a la conmemoración de tal o cual evento (aniversarios y cosas por el estilo); si el tema tratado tenía rasgos que permitieran establecer alguna conexión con el presente, pues se aprovechaba, pero sin caer en la exaltación del *todo pasado fue mejor*, ni en la asimilación apresurada de tiempos y eventos distintos; lo corriente fue más bien destacar las a veces curiosas o risibles diferencias pasado/presente. Tampoco fue ostensible un *animo redentor*, del tipo *dar voz a los silenciados y anónimos del pasado* con el propósito de *denunciar viejas iniquidades o saldar cuentas pendientes*.

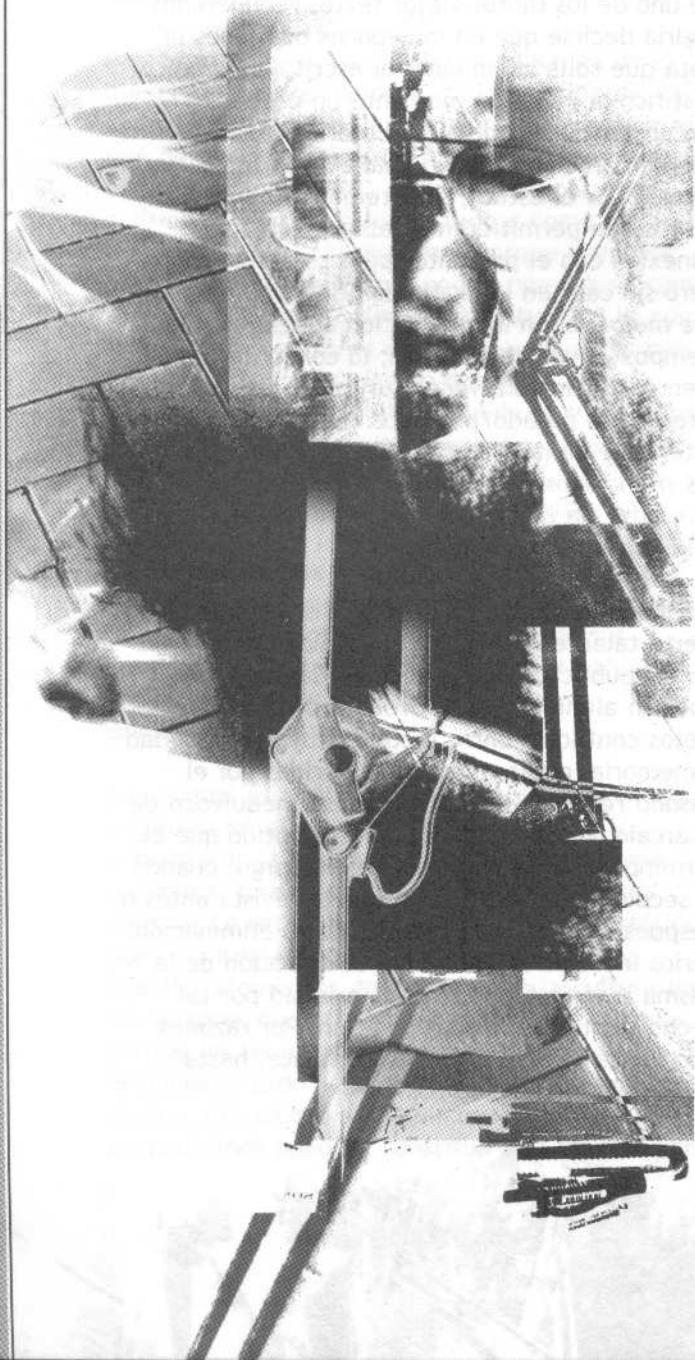
Y aunque la revista ha querido distinguirse por un cierto talante polémico, muy difícilmente los textos publicados en la sección Carbono 14 podrían alimentar controversias o reactivar viejos conflictos entre lectores cuya sensibilidad o memoria pudiesen sentirse heridas por el *pasado recobrado*. Síntoma acaso inequívoco de lo arcaico de su condición, en el sentido que el término tiene en Williams. Sin embargo, cuando la sección desapareció, sin que la revista antes o después expusiera las razones de su eliminación, varios lectores escribieron a la dirección de la misma manifestando su contrariedad por tal hecho y solicitando su reposición. Por razones que nunca se aclararon debidamente, hasta ahora, ello no ha sido posible<sup>6</sup>.

Otra de las modalidades en que se expresa elementos residuales en la actualidad mediática, especial aunque no exclusivamente en la TV, es mediante la realización de documentales dedicados a la historia de los medios, a sus géneros tradicionales, a sus producciones especiales del pasado. En ellos se hace amplio uso de memoria social tanto la de corte más o menos profesional, como de la común y ordinaria, mediante el expediente de presentar una serie de testimonios en los que personas vinculadas, en diverso grado y nivel de responsabilidad, hablan de su experiencia como agentes de la producción, como público o usuario. La perspectiva combina elementos de legitimación, ajuste de cuentas, reivindicación o

justificación de lo hecho con cierta nostalgia por los tiempos idos o a punto de irse. Es el caso de un documental llamado *Doctora Corazón*, realizado en Inglaterra por la programadora BBC en el contexto de la serie *Modern Times* y transmitido hace algunos años a la audiencia latinoamericana por el Canal People and Arts, en una franja por entonces existente llamada Gente. El programa es una muestra de la forma como los medios presentan la historia de formas tradicionales de trabajo, otrora muy populares, en el sentido cualitativo y cuantitativo del término, pero ahora en pleno proceso de desaparición porque los gustos y los estilos de trabajo han experimentado fuertes cambios.

#### PRENSA Y COTIDIANIDAD URBANA

El vídeo está dedicado a un área del periodismo escrito de mucha tradición y popularidad hasta hace algunos años (pues ha perdido visibilidad y vigencia con el desarrollo de los Talk Shows por TV): el periodismo de las "*Doctoras Corazón*", una rama del viejo quehacer periodístico que se proponía y se legitimaba como *ayuda o servicio social* pues su propósito era dar una especie de *apoyo simbólico* a personas ordinarias, tristes, desamparadas y sobre todo sufrientes, mediante los consejos escritos por otra, a la que se le reconocía socialmente alguna competencia para hacerlo, en respuesta a los problemas expuestos en las cartas que sus lectores dirigían con tal fin a la respectiva sección del periódico. Los problemas siempre tenían que ver con la cotidianidad de gente común y corriente, con frecuencia sumamente desorientada y socialmente desvalida. Era una práctica periodística -hasta cierto punto- *profesionalmente desvalorizada*, habitualmente responsabilidad de mujeres, como su nombre, internacionalmente conocido, lo indica, donde la gente común y corriente tenía la posibilidad de hacer públicos sus problemas y angustias, sobre todo de orden sentimental o afectivo, pero conservando siempre el anonimato. Era un periodismo en el que aunque se hablaba desde *lo individual*, de modo indirecto se estaba haciendo referencia a toda una sociedad que expresaba pública, pero discretamente, los conflictos más interiores, los problemas *domésticos* a veces más atroces. De forma sumamente modesta, aquí también se estaba aportando a la *historia moderna de la vida privada*.





Este tipo de periodismo, a pesar de constituir una significativa documentación de los problemas de la moderna cotidianidad urbana, habitualmente ha sido valorado como un espacio marginal, de poca importancia, dudándose incluso de su autenticidad y hasta de si debe considerársele como parte *legítima del periodismo serio*, ni siquiera en calidad de "pariente pobre". En el vídeo sobre los consultorios en la prensa inglesa, una de las consejeras se refiere a la idea que algunos tienen acerca del carácter ficcional de lo expuesto en esta secciones, del escepticismo sobre la realidad o la autenticidad de lo contado en estos tradicionales espacios de la prensa escrita. Esa creencia está tan extendida que en un cuento del escritor brasileño Rubem Fonseca, llamado *Corazones Solitarios*, se muestra a un periodista que ha perdido su trabajo y no le queda más opción que trabajar en un tabloide sensacionalista; entre sus obligaciones laborales está el redactar tanto las cartas de los solicitantes como las respuestas que un psicólogo, igualmente inventado por él para darle *credibilidad a la sección*, dará a las solicitudes de ayuda que mantienen viva la sección en cuestión.

"Hay una creencia errónea de que las cartas son inventadas; la gente queda estupefacta cuando les digo que no hay necesidad de hacer algo como eso porque las cartas que recibo son mucho más interesantes que todas mis fantasías" (Consejera)

Otras personas consideran que a pesar de que las cartas puedan ser auténticas, los Consultorios no son realmente espacios serios si no rincones melodramáticos de los medios donde problemas "de amor y dolor" entre parejas de gente ordinaria son *solucionados* de manera facilona (y prosaica), con el propósito de distraer un público lector compuesto predominantemente por mujeres de muy escasos horizontes intelectuales, curiosas del acontecer familiar ajeno (léase chismosas), o por hombres desocupados a los que les gusta distraerse leyendo información liviana, curiosa y sin mayor trascendencia. Respecto de la función social de estos espacios, lo que en ellos atrae a los lectores y cómo se sienten o piensan las "doctoras corazón" su ejercicio profesional, el vídeo recoge opiniones como éstas:

"Creo que a todos nos gusta espiar la vida de otros, nos gusta mirar tras las cortinas y ver lo que pasa... eso nos atrae..." (Consejera)

(...)

"En los periódicos sucede algo extraño porque en la mayoría quienes trabajan allí son hombres, y nuestras oficinas siempre están al final de un largo, largo corredor o en otro piso, y creo que eso se debe al miedo que sienten los hombres ante esa mujer sabia que lo sabe todo del sexo, la menstruación y todas esas cosas ligeramente asquerosas en las que ellos prefieren no pensar, si pueden evitarlo, claro."

(...)

"Siempre trato de que mi columna sea muy liviana, no solo divertida sino fascinante, interesante y fácil de leer, porque sino no la leerán, normalmente uno no quiere escuchar un recuento de amarguras todos los días, confío en que si mi columna es interesante, si algún día tienen un problema, pensarán: Ah, ya sé dónde escribir..." (Consejera)

(...)

El consultorio sentimental es el trabajo más sucio del periodismo... Francamente, ¿hay algo más incómodo que resolver los problemas personales, hablando gráficamente de los más íntimos detalles sexuales? (Consejera)

Sin desconocer el escepticismo y la desvalorización de que es objeto este tipo de periodismo, las personas que lo hacen o participan en él como lectoras y/o consultantes, el documental inglés quiere legitimarlo destacando la importante función que cumple a un nivel amplio: aparte de distraer, divertir o entretener con las historias tristes de la gente común (funciones que nadie niega), es un espacio de ayuda donde una persona desesperada y sola puede contar fragmentos de su biografía y encontrar un apoyo que, según parece, no le es posible hallar a su alrededor. Un individuo común y corriente, ahogado en un mar de problemas que no sabe cómo enfrentar, siente que escribiendo sobre ellos a la Doctora Corazón de su preferencia puede encontrar alguna colaboración... Así, plantea el documental, la persona se sentirá menos sola, menos desvalida, pensará incluso que le importa a alguien que le demuestra un interés muy especial al distinguirlo, entre muchos, para darle un consejo.

De esta manera, las historias de vida de gran cantidad de ciudadanos, quizá intrascendentes para su medio, tendrán una dimensión nueva, de importancia, incluso podrían ser usadas como *historias ejemplares de la cotidianidad urbana* pues, dependiendo de las habilidades y la competencia de la consejera, le podrían permitir analizar problemáticas que en realidad son de muchos, así como mostrar maneras de abordar y analizar un dilema. Esta posibilidad de ayudar, de brindar alivio a seres desesperados que pasan por momentos horribles de su trayectoria vital, pero que aún tienen la posibilidad de acceder al espacio público mediante la escritura y encontrar algún alivio y reconocimiento, también es destacada en el vídeo mediante la inclusión de testimonios, no de las consejeras, sino de las personas que alguna vez escribieron contando sus problemas, de aquellas cuyas narraciones biográficas hacen posible que el Consultorio Sentimental exista más allá del espacio de invención que muchos creen que es.

“Cuando estaba en la cárcel no tenía con quien hablar, nadie escuchaba mis problemas allí, bueno, entonces decidí escribirle y ver qué respondía...” (consultante)

(...)

“Nunca había escrito a una consejera, ni pensé que lo haría aunque estuviera muy mal porque sólo la gente triste lo hace... Escribí a un periódico local de distribución gratuita, firmando con mis iniciales creyendo que nadie lo sabría, hay tantas J. P., de mi edad, tantas tendrán niños de tres años; al otro día vino mi vecina de junto y dijo: ¿tú escribiste al Star?... ¡Dije que ...NO..!, y ella dijo: Oh, creía que eras tú, por las iniciales J. P. y todo lo demás... oh, me costó mucho ocultar lo que sentía... pero mucha gente me preguntaba: ¿Escribiste al Star? Ja, ja, ja... y yo: ¡No...! No podía creerlo, todo el mundo se dio cuenta.” (consultante)

(...)

“Necesitaba que alguien reafirmara mi confianza porque mi autoestima estaba destruida y pensé, aquí estoy, con esta edad y el se fue con una chica de 20 años, y ahora qué puedo hacer...” (consultante)

(...)

“El denominador común de todas las cartas es que casi siempre comienzan por disculparse por escribir, eso me hace preguntarme si la baja autoestima aflige a más de la mitad de la población, porque todos me dicen al comienzo de

la carta: “no debería escribirte y molestarte con mis tontos problemas...” y luego se extienden doce páginas contándome algo terrible...” (Consejera)

(...)

“Creo que pasaban cosas horribles que se mantenían en secreto y nunca nos enterábamos de nada. Conozco muchos ejemplos de mi propia vida y de amigos y es verdad por ejemplo que había muchos casos de abuso infantil de los que nadie, nadie hablaba cuando yo era joven, pero sí ocurrían, y las personas, los hombres y mujeres, que eran víctimas, que sufrieron esos abusos, me están escribiendo ahora, gente de 30, 40, 50 60 y 70, nunca habían hablado de eso, la diferencia es que eso ahora sale a la luz y queremos hacer algo al respecto.” (Consejera)

Para ser una consejera que inspire respeto y credibilidad a su público es necesario que tenga un cierto carisma, “algo” que permita que aparezca ante sus seguidores como una persona singular y digna de confianza. ¿Cómo se construye o cómo debe ser la consejera? ¿Se pueden identificar tipos? Aquí algunas de las respuestas dadas por las consejeras entrevistadas:

“Hay dos grandes categorías de consejeras, algunas son exorientadoras, tienen experiencia en ese campo y se toman las cosas muy en serio... te puedes dar cuenta de que yo integro esa categoría porque si me comparas con Kate yo soy mucho más seria. Y por el otro lado están las consejeras como Kate, son experiodistas.”

(...)

“Es sencilla, acogedora, maternal, afectuosa, y muy vital... probablemente sea lo más cercano que existe a lo que podríamos llamar “un mercader de pociones mágicas” al estilo moderno; sé que muchos me odiarán por decir esto pero es totalmente cierto, lo que hacemos realmente es canalizar información, no resolver problemas, damos a la gente información que tal vez podrían obtener en todas partes...”

(...)

“Así se vende una consejera, etiquetándola, es alguien en quien puedes confiar, la que lo ha vivido todo, la consejera que llora por ti, la que ha dormido con tu marido... Es un negocio, una industria, no estamos aquí de gratis, sabes, no lo hacemos por diversión...”



La competencia de una consejera es un punto importante de su desempeño profesional; para algunas la capacidad de guiar y dar una respuesta adecuada proviene, más que de una formación profesional especializada, de una amplia experiencia de vida, de una en la que haya habido una buena cuota de sufrimiento personal; pero también se destaca lo que se aprende con cursos específicos (terapia de familia, etc.) con las consultas, con los casos que se repiten una y otra vez y les permiten hacer “generalizaciones”:

“En realidad no tengo una preparación específica para desempeñar esta función, llegué a este trabajo de forma accidental, pero desde que me convertí en consejera traté de mejorar mi preparación, hice todos los cursos posibles que estuvieran abiertos a no profesionales, aprendí mucho sobre sexualidad, desde luego el entrenamiento es importante y también se debe tener experiencia en terapia.”

(...)

“La idea de que las consejeras tienen sus vidas resueltas y que regalan sabiduría desde lo alto de un templo es totalmente falsa, me temo, pero en realidad, pensándolo bien, si tienes que escalar una montaña de sufrimiento, la persona que te será más útil es una persona que esté un escalón por encima de ti y tenga una soga para ayudarte a subir, no alguien que nunca en su vida tuvo problemas y pasa sobre la montaña en un helicóptero gritando consejos desde lo alto, eso es muy valioso y también muy importante, pero a menos que hayas tenido dificultades en alguna etapa de tu vida, no creo que puedas trabajar en esto...”

(...)

“A veces llegan cartas que nos afectan mucho, sobre todo problemas de violencia sexual, violación; ese tipo de cosas, como el abuso, difíciles de tratar... las personas que nos escriben esas cartas no son capaces de hablarnos francamente, pero a mí también me cuesta hablar del tema.”

(...)

“Una vez viajé en un tren con cuatro consejeras cuyos nombres no diré porque las aprecio. Nos pusimos a discutir sobre quien había tenido una vida peor, en serio: “mi padre me violó”, sí, “pues mi madre mató a mi padre”, comenzaron a discutir sobre quién había sufrido más... y yo pensé ustedes ganaron, ganaron, mi vida ha sido muy buena, maravillosa.”

“Igual que a los Doctores, se nos presentan los mismos problemas una y otra vez, así que cuando has aprendido a resolverlos y ya tienes una respuesta establecida sólo la repites y realmente es algo muy fácil”.

(...)

“... los temas siguen siendo los clásicos de siempre: orgullo, codicia y lujuria..”

(...)

“Los hombres tienen muchos problemas sexuales, y muchos de ellos escriben en realidad para confirmar algo o a veces para compartir sus fantasías conmigo y está muy bien, algunos son muy originales y otros muy disparatados.”

Aunque en los Consultorios haya, por decirlo de alguna manera, “temas de consulta típicos”, de vez en cuando se presentan novedades, novedades por las que obviamente también pasan las transformaciones sociales; el impacto de las nuevas tecnologías en las formas de sociabilidad, en los modos de establecer vínculos sentimentales también ha sido causa de no pocas consultas:

“Uno de los pocos problemas nuevos que han surgido en los últimos años son las personas que se han vuelto adictas a Internet, pero no es sólo eso sino que están comenzando a formarse parejas... nos escribió una mujer muy preocupada porque su esposo no sólo conoció y se comunicó con otra a través de Internet sino que la dejó por ella, y fue a vivir en Estados Unidos. Pero cuando incluí la historia en mi columna, increíblemente escribieron muchas mujeres cuyos esposos las habían dejado por otras que conocieron en Internet... “Sexo virtual”, creo que tendremos que publicar un folleto sobre eso...”

Eventualmente, en los consultorios sentimentales se presentan casos de gran intensidad, incluso denuncias sobre el comportamiento poco ético de funcionarios públicos adscritos a servicios asistenciales del Estado:

“...Tuve una niñez infeliz y para decirlo brevemente varias relaciones desgraciadas, después me casé por todas las razones equivocadas y cuando pedí el divorcio llamaron al *asistente social de la corte* para dar un informe y mi esposo supo que yo había estado en un manicomio, pero no por qué motivo, y *este funcionario usó este dato contra mí*, en pocas

palabras me dijo que solo daría un informe positivo si me acostaba con él, y estúpidamente lo hice y quedé embarazada...”

En realidad, no son los más comunes en estos espacios; sin embargo, son bastante apetecidos porque su carácter impactante y singular contribuye a atraer la atención de los públicos y son, por lo tanto, un recurso clave en la lucha que enfrenta los viejos consultorios de prensa con sus actuales *parientes emergentes*, los Reality Shows (los Talk Shows, no la modalidad tan de moda en la actualidad, el Reality de competencia), un tipo de programa televisivo del que el Consultorio Sentimental o *El correo del corazón*, como también fue conocido por años, constituye uno de sus antecedentes históricos.

En la actualidad, casi podría afirmarse que todo el potencial de este tipo de secciones de la prensa diaria, su capacidad de atraer lectores, despertar *morbosa curiosidad*, *escandalizar o generar controversia* ha sido detectado y aprovechado en mucha mayor medida por los “*Talk o Reality Shows*”, esos programas contemporáneos donde lo más escabroso, crudo y brutal de la vida privada (¿?) de la gente común y corriente de las grandes ciudades se presenta sin ningún tapujo, sin ninguna elaboración, salvo las destinadas a convertirlo en un espectáculo de alto impacto que inmensas audiencias, repartidas por todo el globo, siguen entre gozosas y horrorizadas pero siempre con absoluta fidelidad.

El presentador del programa *Gente* del canal People and Arts, cuando hizo una especie de recuento histórico de esta *institución mediática*, retomando puntos de su pasado pero también elementos de su actual proceso de cambio en Estados Unidos, la misma Inglaterra, y Latinoamérica, señaló cómo la dimensión asistencial de estos programas cada vez se debilita más, derivando con mayor fuerza hacia el negocio abierto; también cómo se ha pasado de la tradicional figura del *consejero social al psíquico*:

“Está claro que en Inglaterra la institución de la Doctora Corazón constituye toda una rama del periodismo. Y en Estados Unidos la situación es similar, allí prácticamente no hay un periódico que no lleve una columna de alguna consejera espiritual, ya sea sindicalizada o contratada por la propia publicación, pero también muchas

veces este tipo de servicios tienen un filón económico y ahí es donde aparecen las líneas psíquicas; en este tipo de servicio no solamente interviene la sensibilidad de la persona sino también un supuesto tipo de habilidad sobrenatural que puede consistir en la lectura de cartas, adivinación, astrología; son tan populares que hasta la salsera Celia Cruz tiene su propia línea telefónica.”

El vídeo sobre las Doctoras Corazón constituye una interesante muestra de cómo los medios *hacen memoria* y cuentan aspectos ligados a su propia historia, y a la de la sociedad en la que están insertos, basándose en los testimonios de la gente que ha trabajado en ellos, en fragmentos de su biografías, en los aportados por los públicos que siguen sus producciones.

Pero aparte de ver cómo los medios recogen su propia historia, también interesa destacar cómo muchas historias de vida, anónimas o firmadas, clandestinas o explícitas, hacen su aparición en los canales de expresión que se abren para el servicio público en los medios. Así los Consultorios Sentimentales sean (¿hayan sido siempre?), en última instancia, un negocio de alta rentabilidad, de todos modos son lugares de la memoria, donde muchas biografías individuales, marcadas por un problema profundo que le da una dimensión particular a una historia de vida, hacen su aparición, su *presentación en sociedad* e ingresan a la memoria colectiva, contribuyendo, quizás sin proponérselo, a la conciencia histórica del sufrimiento y del cotidiano desamparo en la urbe moderna.

Con cada uno de los casos que se muestran resumidos o ampliados en estos espacios periodísticos, se va construyendo una historia de la cotidianidad en conflicto de una sociedad; lo que son los problemas de casa, lo que son las dificultades domésticas (contemporáneas o de vieja data) lo que limita, empobrece o envenena la existencia de muchos individuos, esos que en medio de su desesperación y soledad muchas veces deben pensar que están viviendo lo peor, algo que sólo les pudo pasar a ellos, pero cuando leen sobre casos semejantes o peores se dan cuenta que pueden ponerse al lado de muchos otros; quizá comprendan que el suyo no es tan extraordinario, tan singular, tan sin antecedentes, tan único como imaginaban Y quizá eso, sólo eso, ya reporte algún alivio...

## NOSTALGIA A LA AMERICANA

F. Jameson, en un artículo<sup>7</sup> cuyo propósito era examinar las formas de relacionarse con el pasado en la cultura norteamericana (posmoderna), planteaba, de modo apocalíptico, que "...el pasado (...) la indispensable dimensión retrospectiva de toda reorientación vital de nuestro futuro colectivo se ha convertido ya en una vasta colección de imágenes y en un simulacro fotográfico multitudinario". La que Guy Debord llamó en 1967 *La sociedad del espectáculo* no sería más que "la prehistoria de una sociedad despojada de toda historicidad y cuyo supuesto pasado no es más que un conjunto de espectáculos en ruinas". En correspondencia con lo que según el propio Jameson caracteriza a la teoría *lingüística posestructuralista*, concluye que "el pasado como referente se encuentra puesto entre paréntesis, y finalmente ausente, sin dejarnos otra cosa que textos."<sup>8</sup>

Sería erróneo, dice Jameson, pensar que la pérdida del sentido del pasado no tiene más respuesta que la indiferencia: precisamente, el auge del *historicismo* o del *pastiche*, la *adicción a la imagen fotográfica*, el *cine nostalgia*, la llamada *moda retro* serían signos inequívocos de esa especie de "melancolía sin aflicción" que la percepción del pasado como objeto perdido provoca en las sociedades del capitalismo avanzado. Este sentimiento, aclara, no debe confundirse con la "nostalgia propiamente modernista", la cual sí iba acompañada de aflicción por la pérdida de un pasado que sólo artísticamente podría ser recuperado (Proust).

Aquello que los historiadores de la arquitectura en su momento llamaron "historicismo", esto es, "la rapiña aleatoria de todos los estilos del pasado, el juego de la alusión estilística al azar y, en general, lo que Henri Lefebvre bautizó como la progresiva primacía de lo *neo*", que en la reflexión del autor resulta prácticamente equivalente a la noción de *pastiche*, esa forma de repetición neutra de formas y estilos del pasado, de imitación más bien ecléctica, sin el humor, la ironía o el impulso satírico propio de la *parodia*, en el sentido modernista del término, va a estar igualmente presente en lo que al decir de Jameson constituye la manifestación más generalizada de pérdida de historicidad en el *arte comercial* y en los *nuevos gustos*: la llamada *película nostálgica*, tal como la ejemplifican *American Graffiti*, *Verano del 42*, *Días de radio*, *Pulp Fiction*, entre otras.

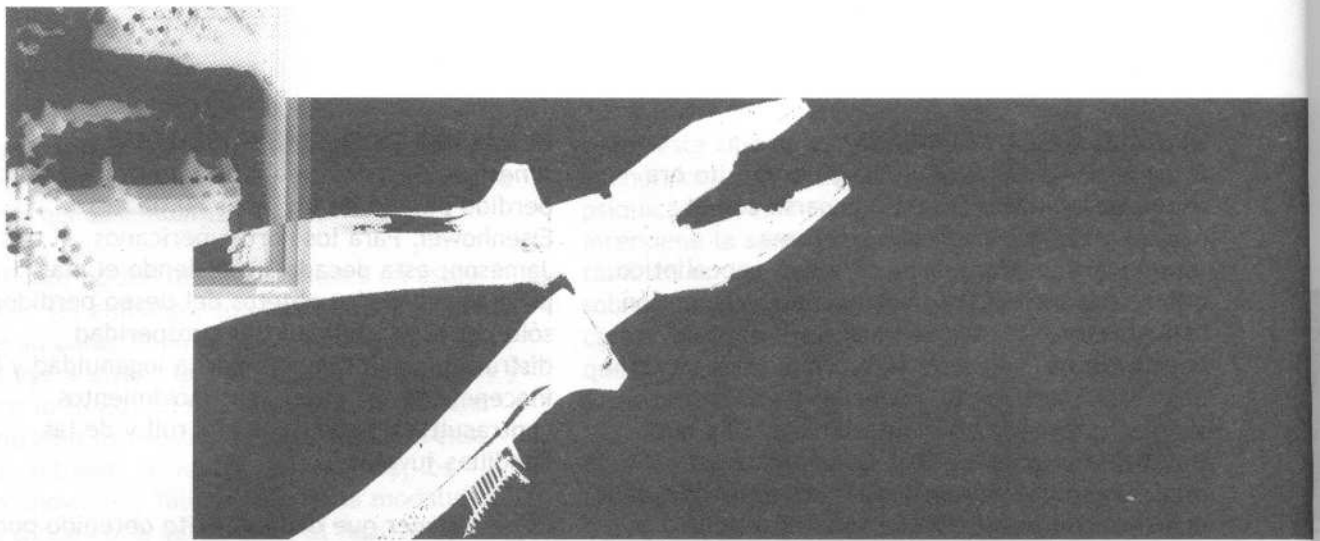
## EL PASADO EN EL CINE NOSTALGIA

*American Graffiti* fue un intento de recobrar el perdido pasado de los años 50, la era Eisenhower. Para los norteamericanos, al decir de Jameson, esta década sigue siendo el más privilegiado de los objetos del deseo perdidos, no sólo por la estabilidad y la prosperidad disfrutada, sino también por la ingenuidad y la inocencia de los tempranos movimientos contraculturales del rock and roll y de las pandillas juveniles.

Es de suponer que dado el éxito obtenido por esta película, otras décadas del pasado, y hasta del porvenir quedaron disponibles para su recuperación por la industria cinematográfica. Así lo atestiguan, entre otras, *El gran Gasby*, *Chinatown* (Polanski), *El conformista* (Bertolucci), y la muy particular recreación, futurista pero repleta de detritus culturales, de la ciudad de Los Angeles elaborada por R. Scott en *Blade Runner*. Las últimas apuestas, como ya lo evidenciaba esta película, intentaron trascender el cerco temporal, aplicando el nuevo discurso tanto al "futuro que ya es nuestro presente", como al pasado inmediato y lejano.

El lenguaje artístico de la *nostalgia posmoderna* es incompatible con la *historicidad genuina*; y aunque su propia dinámica lo ha empujado hacia una inventiva formal compleja e interesante en sus propios términos, es claro que la película nostálgica poco o nada tiene que ver con la representación plenamente realista y documentada de un momento o una coyuntura histórica específica. No es el equivalente cinematográfico y contemporáneo de lo que en literatura se conoce como novela histórica. Más bien, lo que se propone el cine nostalgia es hacer una aproximación al pasado mediante un proceso de selección y combinación de signos, esto es, usando series de connotaciones que estilísticamente trasmitan la idea de una cierta *antigüedad* mediante la estética utilizada en la construcción de las imágenes y en la puesta en escena. Así, si de lo que se trata es de dar la impresión de *década de los 30, 40 ó 50*, ello podrá hacerse mediante el recurso a las modas en materia de indumentaria, corte de cabello, decoración de los espacios interiores, grafismos, modos de actuar y hablar, fotografía e iluminación que evoquen tal o cual época histórica sólo en términos de las imágenes, los estilos y las estéticas mediante las cuales el cine, alguno de sus géneros, directores o tendencias





alguna vez las representó. Así, el momento histórico, como totalidad, queda representado por una especie de "forma estilizada", prácticamente reducido a una cuestión de estilo o de estética. De allí que si a algo remite el cine de la nostalgia es a la propia historia del cine.

El régimen de intertextualidades que constituye al cine nostalgia está tan determinado por sus relaciones con lo cinematográfico y tan íntimamente vinculado a su propio proceso de producción y recepción que, como comenta Jameson, la noción de *remake* resulta francamente inapropiada para dar cuenta de esa forma extrema del cine nostalgia constituida por las películas que aparentan ser la reproducción, más o menos actualizada, de una vieja película, tal como sucede con *Fuego en el cuerpo*, de Lawrence Kasdan, "un remake en clave de sociedad opulenta años 30"; de *El cartero llama dos veces*, de la que ya existían tres versiones cinematográficas y, por supuesto, la novela de James M. Cain. Es posible que el aprovechamiento estratégico de relaciones de intertextualidad con sus antecedentes, "rasgo deliberado y programado del efecto estético" de importancia clave en el modo de apropiación y disfrute nostálgico, también funcione como vaga connotación de una antigüedad... de cierta y contradictoria manera ahistórica.

En la última versión cinematográfica de *El cartero llama dos veces* el modo de recepción nostálgico es inducido y reforzado mediante múltiples estrategias: con la presentación, desde los mismos comienzos, de una serie de signos evocadores de unos difusos años 30, por ejemplo mediante la escritura de los títulos con base en un grafismo inspirado en el *art-déco*; así mismo, las alusiones complejas aunque puramente

formales, según Jameson, a las instituciones del propio *star-system*, por ejemplo seleccionando estilos interpretativos que al estar asociados a grandes figuras del cine de otras épocas, Clark Gable en este caso, también pueden funcionar como connotadores de pasado. Así mismo, la puesta en escena evitó cuidadosamente los signos que podían sugerir la idea de Norteamérica contemporánea: todo el mundo fáctico de nuestros días -artefactos y máquinas, e incluso automóviles, cuyo estilo servía en otras épocas para fechar las imágenes- queda cuidadosamente al margen. Todo en la película conspira para hacer desaparecer las marcas de la contemporaneidad de su producción, haciendo así posible que el espectador la contemple y disfrute "... como si se hubiera rodado en los eternos Treinta ..."

Concluye Jameson que la moda nostálgica nace en Norteamérica como un síntoma sofisticado de la "liquidación de la historicidad, la pérdida de nuestra posibilidad vital de experimentar la historia de un modo activo..." Y aunque el análisis está, como hemos visto, centrado en el señalamiento de algunas particularidades en la producción de un tipo particular de cine, amén de ciertas especulaciones sobre las formas de su recepción, termina interpretando los resultados así obtenidos como síntoma de "una nueva una pobreza" de orden colectivo:

"No podemos decir que (el cine de nostalgia) produzca esta extraña ocultación del presente debido a su propio poder formal, sino únicamente para demostrar, a través de sus contradicciones internas, la totalidad de una situación en la que somos cada vez menos capaces de modelar representaciones de nuestra propia experiencia presente."<sup>9</sup>

## RITUALISMO MEDIÁTICO

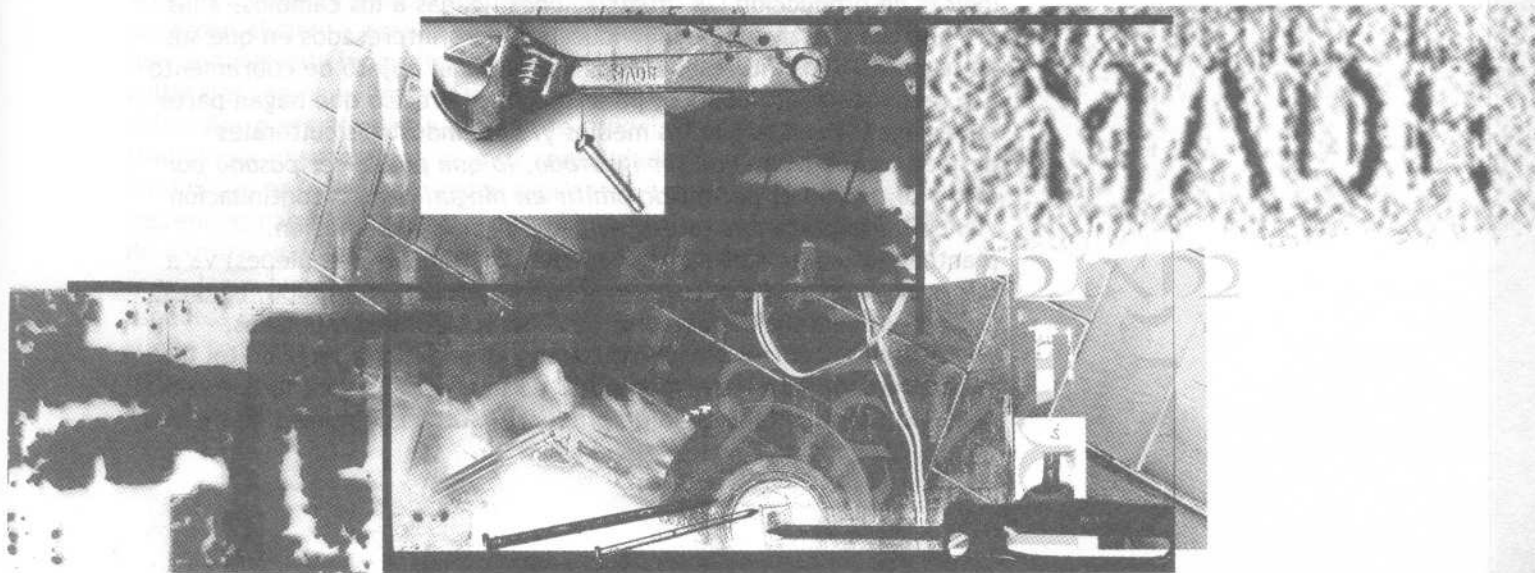
Otra forma de presencia del pasado en el mundo de las industrias culturales, particularmente las vinculadas con los medios audiovisuales e impresos, y que constituye una tradición a tiempo consolidada, es el aprovechamiento de las llamadas *celebraciones de calendario* para la producción y puesta en circulación de productos especialmente diseñados para tales ocasiones.

Con este término se hace referencia a ese tipo de eventos que la Antropología estudia como *ritos cíclicos, estacionales o regidos por el calendario, ritos de crisis vital y ritos de elevación de status*. Las anotaciones hechas a continuación siguen muy de cerca lo expuesto en torno a estas nociones por Víctor W. Turner en su libro *El proceso ritual* y a Harry Pross en algunos capítulos de *Estructura simbólica del poder*.

La noción rito de calendario distingue tres tipos o modalidades: en primer término, las festividades que grupos extensos y hasta sociedades enteras realizan en momentos muy precisos del ciclo productivo anual, celebrando, por ejemplo, el paso de una época de escasez a otra de abundancia, tal como lo evidencian los festivales de la recolección de los primeros frutos o las fiestas de la cosecha. También puede ser en sentido contrario, celebrándose entonces el paso de la abundancia a la escasez, cuando se anticipan los rigores del invierno y se pretende conjurarlos mágicamente. En ambos casos se confirma o simboliza, mediante el ritual, la dependencia que la organización social tiene con respecto a la naturaleza. El segundo grupo de los ritos de calendario estaría constituido por los *ritos de crisis del grupo*. Acompañan a cualquier cambio que signifique el paso colectivo de un estado a otro, por ejemplo cuando una

comunidad se prepara para participar en una guerra o cuando conmemora el triunfo obtenido en otra. También, cuando celebra actos rituales para anular los efectos de carestías, sequías o epidemias, tales como los ejemplificados por las rogativas por la lluvia en comunidades campesinas cristianas. Al tercer grupo conciernen las conmemoraciones simbólicas en cierto sentido menos sometidas o configuradas en relación con lo sagrado, más *secularizadas* si se quiere, como podrían ser las constituidas por las fiestas nacionales, el 1° de Mayo, conmemoraciones de guerras, revoluciones, gestas heroicas, firmas de Tratados de Paz, fundaciones de ciudades o inauguraciones de construcciones social o culturalmente muy significativas, etc. En este grupo suele ser muy fuerte la influencia de la llamada *magia de los números redondos* (o perfectos): 10, 100, 500... tal como pudo observarse con el pasado cambio de siglo y de milenio.

La Antropología llama *rito de crisis vital* a los referidos al paso de un sujeto desde su ubicación temporal y como organismo vivo en el útero materno, a su muerte e instalación definitiva, ahora como organismo muerto, en la sepultura. Este proceso, que alude al tránsito o *viaje de la vida a la muerte*, comprende una serie de eventos y momentos críticos de transición: el nacimiento, la pubertad, la madurez y la muerte. Esto es, la serie de acontecimientos configuradores del ciclo vital al que están sujetas todas las trayectorias individuales. Todas las sociedades los ritualizan; los señalan y conmemoran públicamente con el fin de inculcar, entre los miembros vivos de la comunidad, la importancia (diferencial) que el individuo, en las distintas etapas de su vida, puede tener para el grupo al que pertenece.



A estos tradicionales ritos de crisis vital el antropólogo Turner ha añadido todos los relacionados con la entrada en un nuevo *status* social, con frecuencia *más alto*, como podría ser asumir un cargo político de gran responsabilidad o poder ingresar en un club muy selecto, ser admitido en una sociedad secreta. También se podría considerar bajo esta óptica el caso de un deportista, un escritor, un científico que recibe un premio o una distinción que, en el campo de su trabajo, lo destaca por encima de los que hasta ese momento eran sus pares, integrándolo a un nuevo círculo, considerado socialmente más distinguido, más poderoso o importante. En estas condiciones, el cambio de *status* también lleva aparejado el ingreso a un nuevo régimen o jerarquía de prestigio y/o poder. Por ello los ritos que lo celebran también son llamados *ritos de elevación de status*. Aunque pueden implicar a un grupo o colectividad, lo más frecuente es que celebren trayectorias individuales.

Los rituales concernientes al significado social o cultural de las distintas etapas del ciclo vital, así como los relativos al cambio de *status*, al ingreso del individuo en uno más elevado (elevación de *status*) tienen, más o menos institucionalizado en el calendario, tanto las fechas de ocurrencia, como de su conmemoración ritual. Es por ello que, lo mismo que los rituales de calendario mencionados al comienzo, también pueden considerarse festividades de calendario.

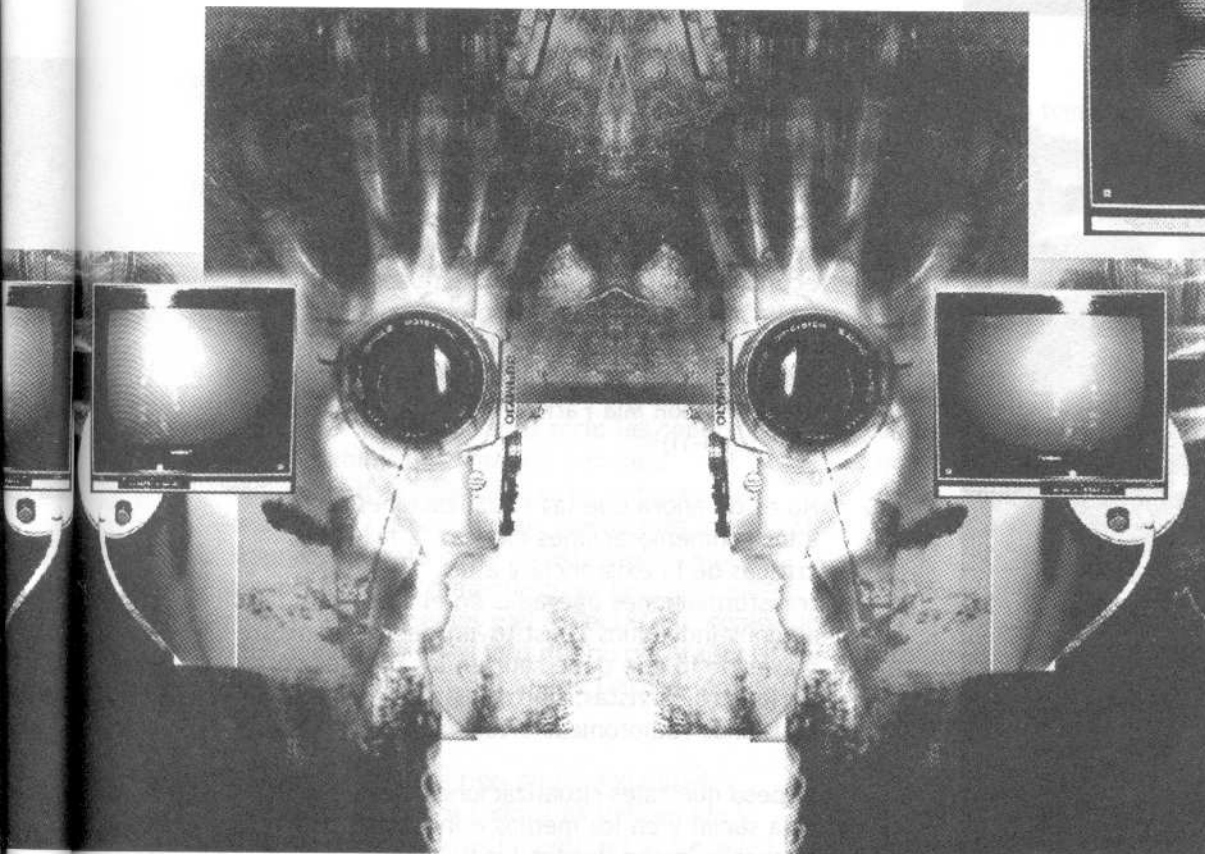


#### RESPECTO MEDIÁTICO A LAS CELEBRACIONES DE CALENDARIO

La vinculación de las industrias culturales y de los medios de comunicación con algunas de las modalidades de ritualización calendaria señaladas es una resultante de la común dependencia que ambas instituciones tienen respecto del calendario mismo. Vinculación que, en ambos casos, tiene un carácter eminentemente pragmático, en la medida en que es precisamente con relación a tales ritos que definen y organizan buena parte de sus rutinas de producción, ya que por su importancia social no pueden pasarlos por alto o ignorarlos.

No se trata solamente de producir a partir de la tradicional diferencia entre lo que sale durante los días de trabajo, el fin de semana, los días festivos, el período de vacaciones o las Navidades y el resto del año, tal y como se observa en las emisiones correspondientes de la prensa, la radio y la televisión de todas partes. También han integrado a sus lógicas de producción las ritualizaciones ligadas a los cambios, a las promociones de *status* de individuos y grupos interesados en que sus actuaciones y los intereses a ellas ligados sean objeto de cubrimiento y/o reconocimiento público, para lo cual es preciso que hagan parte de las agendas en la que los medios y/o las industrias culturales definen *lo que tiene que ser ignorado, lo que puede ser pasado por alto y lo que no es permitido omitir en ningún caso*. A continuación vienen las importantes tareas de planificación y promoción, planteándose entonces cuestiones tales como quién (o quiénes) va a informar y cómo va a hacerlo, con cuánto espacio y tiempo, esto es, hay que definir cuáles recursos técnicos, temporales, humanos, lingüísticos e icónicos y económicos se van a comprometer en tal o cual proyecto. Para los responsables de la programación, lo que estará dentro o fuera de la agenda de producción de una empresa de medios,

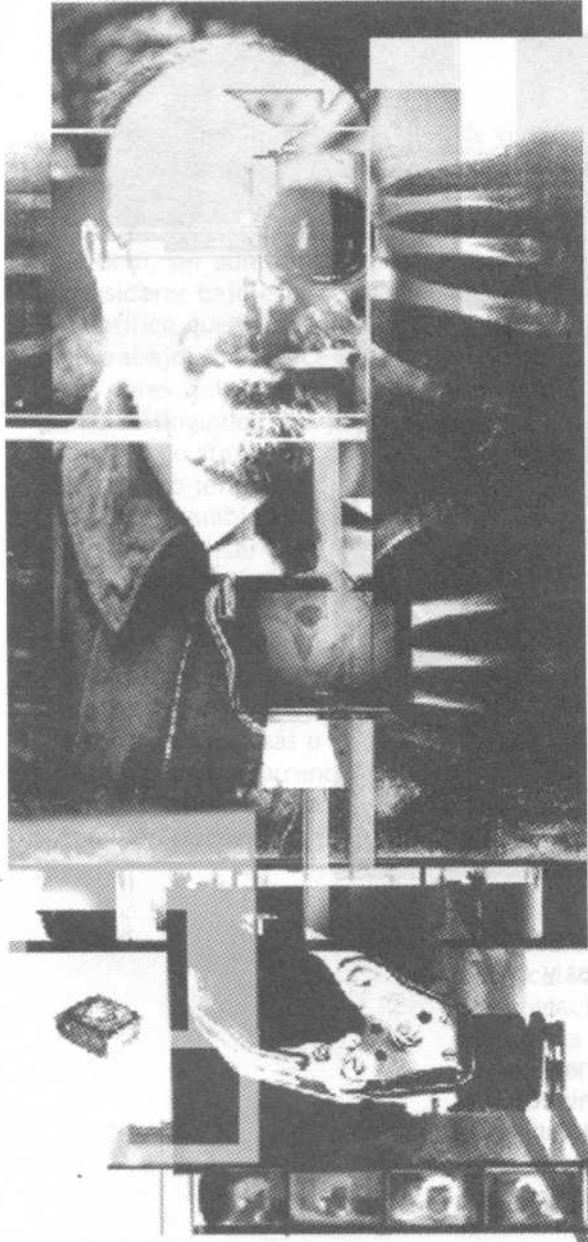




o una industria cultural, es claro que sus decisiones no pueden ser independientes de las ritualizaciones socialmente establecidas y practicadas o respetadas en la sociedad en la que operan.

Ello es especialmente evidente en la conmemoración de fechas en torno a eventos histórico de importancia clave para la comunidad nacional (batallas decisivas en su historia como nación, tragedias de carácter colectivo, etc.); aniversarios de nacimiento o muerte de grandes figuras de campos culturales especializados como el arte, la literatura, la música, el cine, etc. También en fechas correspondientes a los aniversarios de publicación de grandes obras científicas, literarias o filosóficas suelen funcionar como especies de *pretextos circunstanciales* para el lanzamiento de nuevas y a veces costosas producciones culturales con enfoque histórico/biográfico.

Aunque la muerte inesperada de una celebridad constituye un poderoso aliciente para la realización de coberturas periodísticas con fuerte contenido biográfico por parte de medios y/o industrias culturales, no es el único. En los países en los que los campos culturales profesionales y altamente especializados constituyen tradiciones organizativas ya muy consolidadas, los conflictos y las rivalidades entre pares o entre aspirantes a mejorar posiciones (ascender, cambiar de status) también suele favorecer la publicación de narrativas en torno a determinados aspectos de sus vidas, tales como los premios, los triunfos, como también los escándalos o los aspectos socialmente problemáticos de sus existencias, especialmente si ello toca con la sexualidad, el consumo de drogas, el alcoholismo, enfermedades como el SIDA, crisis en las relaciones de pareja, etc. Todo ello favorece la proliferación de revisiones de trayectorias de



vida, obra y status con la finalidad de descalificar, consolidar o corroborar una posición privilegiada, así como los prestigios y reconocimientos conexos. En este sentido, lo publicado sobre Woody Allen hace algún tiempo es bastante ilustrativo (debido al escándalo suscitado por el conocimiento de sus relaciones con Mia Farrow y la hija adoptiva de ésta, Soon-Yi)<sup>10</sup>

No es de ahora que las ritualizaciones ligadas a las conmemoraciones cíclicas, a las fases críticas de la existencia y a las transformaciones operadas en el status de algunos individuos constituyen determinantes claves de lo que debe salir en las páginas de periódicos, revistas, libros, así como en las emisiones radiofónicas o televisivas.

Al peso que tales ritualizaciones tienen en la vida social y en los medios e industrias culturales están ligadas tradiciones massmediáticas tan consolidadas como las *páginas sociales* de los periódicos con su habitual información sobre nacimientos, matrimonios, cumpleaños, graduaciones, viajes, muertes, aniversarios, etc. Esta puesta en conocimiento público de las fases críticas de determinadas trayectorias individuales se presenta bien como un anuncio pagado por el interesado o sus allegados (lo que corrobora la importancia concedida por ciertos grupos sociales a la publicación de este tipo de *información biográfica*) o como una nota plenamente integrada al cuerpo de informaciones que el medio está particularmente interesado en publicar, generalmente por el carácter público o la importancia colectiva reconocida al referente, su fama, prestigio, poder. Pross, en relación a esto último, cuenta la siguiente anécdota: En 1944, un hombre que está en un local público echa mano a un periódico, pasa una rápida ojeada por la primera página y lo deja de nuevo. “¿Qué busca usted?”, le pregunta otro asistente que no ha dejado de observar su comportamiento. “Una esquila mortuoria.” “¿Una esquila mortuoria? Entonces tendrá usted que mirar en la última página.” “¡La que yo espero aparecerá en la *primera!*”

## LOS MEDIOS Y LA ARTICULACIÓN DE MEMORIA INDIVIDUAL Y COLECTIVA

La anécdota anterior pone de presente el tipo especial de cobertura periodística que la muerte de personas famosas, esto es, reconocidas, admiradas y veneradas (ídolos de multitudes, grandes líderes y, en general, todos aquellos que gozan de fama, prestigio o poder públicamente reconocido), suelen suscitar en los medios.

Aún en la llamada *prensa seria* las coberturas suelen exhibir un tono más o menos sensacionalista, con un fuerte componente emocional y espectacular, mucho más intenso si, además, se trata de la muerte violenta de una celebridad directamente conectada con el mundo de los medios y el espectáculo, como fue en Colombia el asesinato del humorista y crítico del acontecer nacional Jaime Garzón, ocurrido hace algún tiempo.

La muerte de este tipo de personalidades carismáticas, sobre todo si es inesperada y trágica, es un acontecimiento en la sociedad y en los medios. En estos provoca, como sabemos, la publicación de una multiplicidad de discursos que van desde la narración del suceso, los obituarios, la escritura de artículos que resumen la trayectoria vital y profesional del muerto, el cubrimiento de las ceremonias fúnebres, las entrevistas a familiares y amigos, así como la expresión de testimonios de pesar de otras celebridades, de funcionarios públicos y de gente anónima.

Así mismo, suelen hacer parte del dispositivo biográfico construido, sobre todo por la emisiones televisivas en tiempo real, el registro de las movilizaciones, los homenajes, las diversas actitudes asumidas por seguidores o admiradores, tales como la construcción de altares en el sitio donde ocurrieron los hechos, la colocación de ofrendas florales, poemas, testimonios de admiración o afecto dejados por ellos en tales lugares y/o en su tumba.

La muerte de una personalidad carismática, esperada o no, siempre es un acontecimiento. Y el acontecimiento, como anota el historiador Georges Duby, tiene un carácter profundamente revelador. Su ocurrencia propicia la emotividad y elocuencia de los contemporáneos, la profusión de testimonios, el que se digan muchas cosas, entre ellas las tradicionalmente calladas o

ignoradas; lo banal y lo trascendente, lo común y lo extraordinario, lo rutinario y lo innovador coexisten en la misma página, en la misma emisión, en la misma escena, sobre la misma persona.

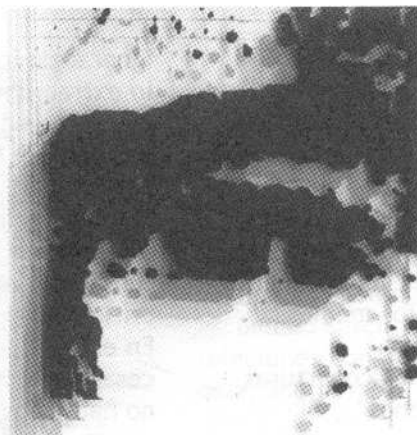
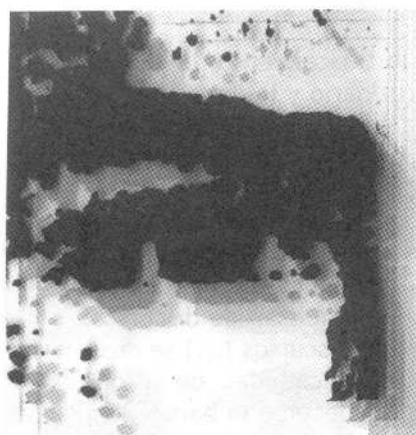
“El acontecimiento, por lo que tiene de excepcional, de sensacional, (de inesperado), de turbador, suscita una abundancia de relaciones críticas, una especie de pululación de discursos: En estos superabundantes discursos (...) se dicen cosas que generalmente son calladas, de las que no hablamos porque pertenecen a lo banal, a lo cotidiano de la vida, y de la que nadie, cuando todo va bien, piensa en informarnos.”

(...)

“El acontecimiento es como un adoquín que se lanza a un charco y que hace salir de sus profundidades una especie de fondo un tanto cenagoso, que hace aparecer lo que bulle en el basamento de la vida. Esto es igualmente cierto del personaje excepcional, porque se habla mucho y alrededor de él se anuda un haz de informaciones. Para mí la biografía, uno de los géneros históricos más difíciles, es quizá, al mismo tiempo, el más apasionante, ya que el personaje -por muy excepcional que sea- asume la condición común de sus contemporáneos, comparte sus comportamientos, su mentalidad, las representaciones del mundo que se hacen. Ahora bien, el hecho de que haya hablado, que hayamos conservado sus palabras y que se haya hablado abundantemente de él, permite comprender sus actitudes comunes. Pero, al mismo tiempo, por su peculiar personalidad, por lo que hace, por lo que él mismo dice, por lo que puede haber de incongruente, de inaudito en lo que profiere, este hombre agita, perturba lo que le rodea, engendra alrededor suyo ondas que se propagan poco a poco y que repercuten sobre el conjunto de la formación cultural.”<sup>11</sup>

No obstante lo heterogénea, contradictoria y hasta tosca y poco elaborada que puede resultar este tipo de coberturas mediáticas, hechas sobre la marcha de los acontecimientos y, por lo tanto, con un alto nivel de improvisación, algunos analistas consideran que puede cumplir una función integradora y hasta educativa, ya que cuando ocurre la muerte de una figura pública y los medios proceden al recuento de su trayectoria vital, llevando a cabo la reconstrucción de algunos momentos claves de su historia personal, suelen intentar conectarlos con la historia social del país, la región o la ciudad





con las que el biografiado estuvo especialmente conectado; así como con los conflictos, causas, modos de pensar o vivir que marcaron su existencia. Estas conexiones podrían favorecer, en algunos casos y quizás de modo efímero, algunas forma de integración comunitaria.

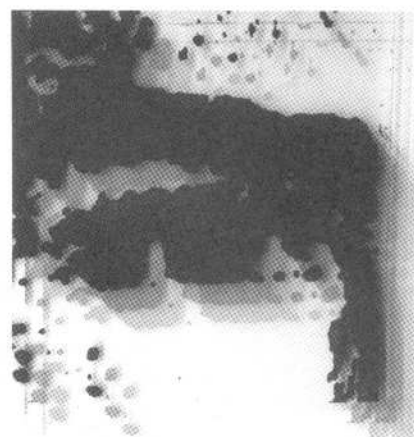
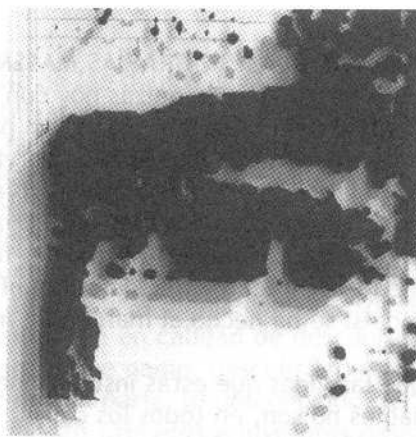
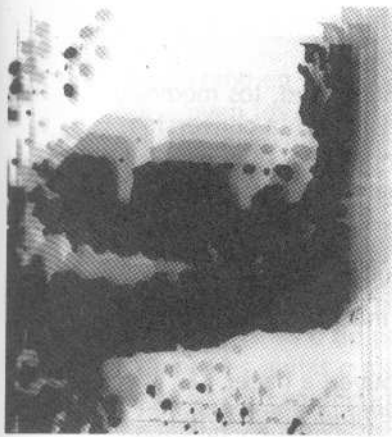
Por otra parte, como también se da una apropiación privada, individual de ese acontecimiento en tanto hecho público, este, aseguran otros, ha pasado a convertirse en una referencia personal, en un *mito* con el que se pone en relación, se interpretan aspectos particulares de la propia vida, de la familia, de los amigos y, por esta vía, se les da un sentido especial, se propician sentimientos de pertenencia a alguna forma de comunidad, de identidad con una generación, con un modo de pensar o de sentir. Ese sentido de pertenencia, de *comunidad imaginada*, con el significado anotado por Benedict Anderson<sup>12</sup>, daría un fundamento centrado en lo biográfico, individual y grupal, que ayudaría a comprender el arraigo de modas culturales como las llamadas *de la nostalgia o retro*, los coleccionismos de chucherías industriales y massmediáticas, así como todas esas hoy tan exitosas recuperaciones, especialmente en el terreno del cine, la música y la indumentaria, de figuras, estilos, estéticas en los que el punto clave parece constituirlo el ser representativas de otros tiempos.

En ese orden de ideas algunos analistas culturales, mirando la cuestión desde la precaria y desolada cotidianidad de millones de habitantes anónimos de las grandes ciudades, creen que lo que en ellas propicia la intensificación de la producción y el consumo de recuerdos y memorias, del que lo biográfico es un

referente obligado, quizás sea una profunda insatisfacción con los tiempos actuales, un sentimiento de inseguridad, de pérdida, de falta de un asidero seguro, una carencia innumerable, una forma de desesperación o de angustia, de sinsentido vital que parece mitigarse mediante el consuelo, quizá ilusorio, pero consuelo al fin, que propicia el disfrute de bienes que son, o simulan ser, de otra época con la que imaginariamente existe alguna forma de identificación, y cuyos referentes, ya sean objetos o historias, las personas tienden a atesorarlas y valorarlas como reliquias u objetos-memoria que singularizan y dan sentido a sus vidas.

“A la gente, se piense lo que se piense, le siguen gustando las historias, los cuentos, las leyendas; en una palabra, que les narren historias. Sin duda, el placer que les produce es algo muy distinto de la simple diversión (...): yo creo que aquello que les produce placer de una historia es la seguridad que se les da de que lo que viven es *una vida*, que ese polvo de temblores innumerales, de tropismos inalcanzables, todas esas miradas incompletas, esos movimientos inacabados, esas palabras efímeras que no les pertenecen y que bullen en sus bocas, toda esa multiplicidad anónima en la que se disuelve la duración de una jornada transcurrida, parecida a todas las otras con las que se funde, antes de que se abra el libro reservado para la noche, que todo esto, como en el libro, en alguna parte, algún día, encontrará su unidad, para hacer, incluso si no tiene sentido, *una vida* que se cuenta, un destino.”<sup>13</sup>

Pero hay analistas que no han interpretado lo que sucede en medios y públicos cuando muere una celebridad, con ojos tan benévolos. Mercedes



Odina y Gabriel Halevi<sup>14</sup>, por ejemplo, han orientado su interpretación de la muerte de una celebridad desde el punto de vista del furor consumista que provoca, un furor tocado tanto de cálculo mercantil como de devoción fetichista. Para ilustrar sus puntos de vista sobre el asunto han tomado, como obligado referente, lo sucedido a raíz de la muerte y transmisión del funeral de la princesa Diana de Gales, un espectáculo contemplado en directo por dos millones de personas y por más de dos mil millones de televidentes repartidos en todo el mundo. Gracias a la tecnología puesta a punto a fines del segundo milenio, y a la consignación de multimillonarias cifras pagadas por las programadoras interesadas en tener los derechos de transmisión, esos millones de ojos pudieron contemplar al instante, de un extremo a otro del planeta, cada uno de los detalles de tan magno acontecimiento...

Con estos datos estadísticos los autores nos recuerdan que, a la postre, la diferencia fundamental entre el famoso y el anónimo reside "en la cantidad de ojos que miran lo que un ser hace". Por otra parte, también recuerdan que la simbólica del ojo incluye su interpretación como ventana, arma punzante, pozo que devora... El ojo, anotan, mira, admira, imagina, devora... La idea de devorar supone absorción y muerte; asimilación entre el admirador y el sujeto admirado. Y como sabemos por Freud, el ojo que aparece en los sueños es un símbolo fálico, por lo que el ojo que mira también puede ser un arma sádica. El psiquiatra Otto Fenichel, en su estudio sobre la pulsión escopofílica, pulsión mediante la cual se obtiene placer sexual a través de la mirada, también anotó que mirar conlleva

impulsos sádicos. Por eso es que puede llegar a constituirse como una forma de destrucción.

La mirada del público sobre la persona que es objeto de su admiración es, según todo esto, una mirada que mata y devora. Su *canibalismo* se desencadena cuando el famoso muere. La muerte biológica de una celebridad "permite a los medios de comunicación lanzarlo ante la audiencia convertido en un cadáver exquisito, (cadáver) que el público pasa a devorar con la avidez de un cocodrilo llorón."<sup>15</sup> Miembros distinguidos de esta audiencia caníbal pelearon por quedarse, al precio que fuera, con los vestidos y las joyas de la princesa, lo que, de paso, les sirvió para ser el tema central de un documental en el que pudieron exhibir sus valiosas compras y pavonearse ante los ojos de millones usando sus *reliquias* de la querida princesa muerta. Cuando murió Versace, sus fanáticas también se abalanzaron a comprar sus diseños, "en medio de un delirio consumista que el mismo día de su asesinato agotó, en veinticuatro horas, todos los productos que de su marca existían en el mercado norteamericano". La muerte de un famoso, como también lo saben libreros, galeristas y la gente de los medios, suele tener unos efectos espectaculares sobre la cotización de sus productos en el mercado y sobre la a veces errática atención de las audiencias mediáticas. Según esta aproximación, nada como el consumo de mensajes y prendas de famosos, propiciado por el banquete fúnebre servido por los medios, para sobrellevar, placentera y productivamente, los sentimientos de duelo, pérdida y orfandad que supuestamente deja la muerte de una celebridad carismática.

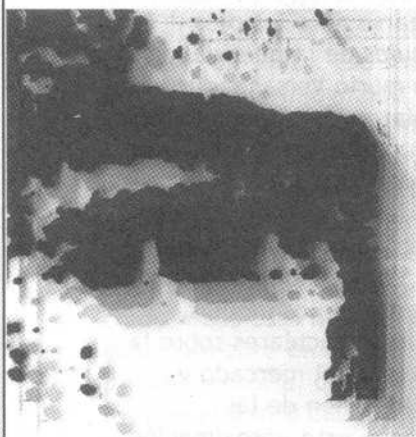
## EL CARISMA EN LAS BIOGRAFÍAS MASSMEDIÁTICAS.

De tiempo atrás, aunque quizás hoy con mayor intensidad, los medios y las industrias culturales han jugado un papel decisivo en la conversión de ciertas trayectorias individuales en vidas memorables, esto es visibles, célebres, *cercanas e inolvidables* y plenamente integradas, según los casos, a las memorias colectivas globales, nacionales, regionales. Hoy, casi podría afirmarse, ninguna realización individual socialmente significativa puede ser públicamente reconocida y recordada si se ha hecho al margen de medios e industrias culturales.

Y aunque las vidas que estas instituciones contribuyen a hacer inolvidables no son, en todos los casos, *vidas ejemplarmente buenas*, dedicadas al servicio de la humanidad, sí suelen caracterizarse por lo que comúnmente se nombra como *factor carismático*, una cualidad o *poder* altamente mitologizado y de enorme relevancia en los medios y en las industrias culturales, especialmente de aquellas dedicadas al espectáculo y el entretenimiento. En la gestión mediática orientada a asegurar el recuerdo de la trayectoria vital de ciertos individuos en la memoria de sus contemporáneos, o de las generaciones futuras, la exaltación de las cualidades carismáticas del personaje en cuestión está muy apoyada en el uso estratégico de las fotografías, especialmente de aquellas que como los retratos, se les reconoce un valor documental que si bien a un nivel general puede apoyar las pretensiones del discurso biográfico de ser considerado como un *relato ejemplar con valor histórico*, no es menos cierto que, junto con la reiterada mención del *nombre propio*, constituyen un dispositivo que al resaltar la individualidad del sujeto, favorece el recuerdo de su trayectoria y su fijación en la memoria colectiva. En este sentido, Odina y Halevi recuerdan que algunos analistas de medios

“...consideran, por ejemplo, que el científico Stephen Hawking se convirtió en una celebridad debido en gran parte a la enfermedad que lo tiene condenado a ir en un silla de ruedas, y a su dependencia de todos los aparatos médico-informáticos que le permiten comunicarse con el público. Según los expertos en mediciones de audiencia, esta acusada personalidad icónica (que la TV ha destacado desde todos los ángulos posibles) es la que facilita al gran público recordar su presencia en detrimento de otros científicos también importantes, pero de imagen más gris.”<sup>16</sup>

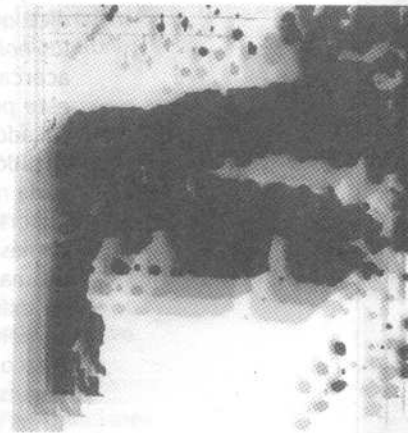
El carisma, como parece sugerirlo la cita anterior, puede construirse con los más variados ingredientes. Y a pesar de que la noción de carisma suele basarse en la referencia a cualidades o poderes más bien intangibles, o por lo menos de muy ambigua caracterización, en el discurso de los medios toda figura memorable, que en estos equivale a ser de alguna manera *una especie aparte*, un triunfador o una figura de excepción por las razones que sea, tiene un carisma que puede ser, hasta cierto punto, explicado.





Es así como en las biografías que de las figuras carismáticas construyen los medios son de obligatoria mención los mitos acerca del *talento innato*, las habilidades naturales, las motivaciones vocacionales, la personalidad magnética, la dedicación, el esfuerzo denodado y sin pausa por conseguir sus metas, la sabiduría para aprovechar las oportunidades de darse a conocer, de brillar cuando las inicialmente muy escasas ocasiones se presentaron; para no hablar de la también obligada referencia a las figuras bienhechoras, especies de hadas madrinas o de padres ideales que en calidad de descubridores, promotores, guías o maestros, antes que nadie, descubrieron sus talentos (*su genialidad*) cuando era un perfecto desconocido, lo alentaron y sostuvieron cuando dio sus primeros e inseguros pasos, orientaron sus aprendizajes y propiciaron sus esfuerzos y luchas por ingresar al campo de prácticas especializadas objeto de todos sus desvelos, en la inicial búsqueda y conquista de una posición y reconocimiento, primero por los pares (cómplices y antagonistas) y por minúsculos grupos de devotos admiradores, críticos y amigos; posteriormente, por amplias capas de públicos cuando por fin llegó la apoteosis de la consagración definitiva. Como anotan Odina y Halevi, "la misteriosa leyenda del talento carismático triunfa, justamente, en los campos profesionales donde lo que se vende es la excepcional rareza de una cualidad extraordinaria, como pueden ser la belleza impactante o el genio artístico."<sup>17</sup>

El relato biográfico que respecto de una figura carismática arman los medios para un consumo masivo, amplio y global, sigue muy de cerca el modelo cultural que hace años el psicoanalista Otto Rank analizó como *el mito del héroe*.<sup>18</sup> Pero, aunque se base en una tradición narrativa ciertamente ancestral, no deja de ser llamativo que en las series biográficas transmitidas por las cadenas televisivas de cubrimiento global, los relatos que hoy dan cuenta de las trayectorias vitales de las grandes estrellas del deporte, las personalidades mediáticas, los máximos dirigentes políticos, los líderes religiosos, los escritores, los artistas y hasta las figuras del espectáculo (moda, música, cine) tengan todas un cierto aire *de familia*. Esta *espectacular igualación*, como anotan Odina y Halevi, queda gráficamente expresada en el uso similar que sus admiradores, seguidores o fanáticos hacen de afiches, imágenes fotográficas, camisetas, relojes, bufandas y otro miles de objetos creados en torno a estas figuras con el fin de satisfacer mediante esta oferta industrial de objetos fetiches, el deseo de cercanía con la figura idolatrada. A ello habría que añadir que también hay semejanza en las formas de *devoción intimista* de que son objeto, las cuales incluyen prácticas tocadas de un cierto ritualismo, en algunos casos secularizado, en otros vivido como una experiencia abiertamente religiosa, tal como lo ejemplifica lo ocurrido con Elvis Presley después de su muerte.



## Notas

\* Este artículo es una deriva del Informe final de la investigación "Pasiones biográficas y coleccionistas animadas por medios e industrias culturales", el cual hace parte del Informe final del Proyecto de investigación presentado a Colciencias-Universidad del Valle con el título "Usos de lo biográfico en la cultura del impreso informativo en Colombia", en junio del 2001.

<sup>1</sup> R. Williams, *Marxismo y Literatura*, Editorial Península, Barcelona, 1980.

<sup>2</sup> Victor W Turner, *El proceso ritual. Estructura y Antiestructura*, Editorial Taurus, Madrid, 1988.

<sup>3</sup> Harry Pross, *Estructura simbólica del poder. Teoría y práctica de la Comunicación Pública*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1980.

<sup>4</sup> Jacques Le Goff, *El orden de la memoria. El tiempo como imaginario*, Ediciones Paidós, Barcelona, 1991.

<sup>5</sup> De hecho, el caso más obvio fue el de una nota llamada *Otra vez los patines*, que presentaba una hoja volante publicada por un ciudadano bogotano de nombre (o seudónimo) Solón O. Patiño defendiendo al Salón de Patines, un sitio de diversión juvenil y familiar que, a juzgar por la nota de su defensor de oficio, debió estar en el candelero gracias a la acusaciones de ofensas a la moral que, según parece, un sector "timorato" de la sociedad le endilgó con el propósito de propiciar su cierre por las autoridades capitalinas. La hoja volante no tenía fecha de impresión, pero puede presumirse que es de las primeras décadas del siglo XX.

<sup>6</sup> En el número 66 dedicado a la conmemoración de los 9 años de la revista, la sección reapareció con un artículo sobre el 9 de abril de 1948, titulado, *¿La conjura de un solitario?* En algo semejante a una nota de presentación se dice lo siguiente: *En 1948, tres agentes de Scotland Yard llegaron a Bogotá para investigar la muerte de Jorge Eliécer Gaitán por pedido del gobierno colombiano. Su informe final no se conoció hasta que fue desclasificado en 2002. Ahora El Malpensante lo traduce por primera vez al castellano. Verlo en El Malpensante de noviembre 1 a diciembre 15 del 2005.*

<sup>7</sup> Fredric Jameson, "La posmodernidad y el pasado", en *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*, Ediciones Paidós, Barcelona, 1995.

<sup>8</sup> Guy Lardreau, conversando con G. Duby acerca de las concepciones dominantes de Historia, dice que básicamente se pueden reducir a dos: *el realismo y el nominalismo*. Cuando habla de los *nominalistas dice que para ellos "la historia se reduce en definitiva al conjunto de discursos acerca del pasado; en primer lugar, el de un presente sobre sí mismo; después, desaparecido este presente, todos los discursos que a él se refieren, que en lo sucesivo van a soñarlo como pasado y que, a fin de cuentas, no hacen sino manifestar su propio presente a través de ese pasado que se dan a sí mismos. Entonces no hay ninguna manera de exhumar una realidad, nada más que discursos, en cascada, hasta el infinito. El discurso que hoy tenemos sobre la historia es uno más, sin privilegios, y no la verdad de los precedentes, no la verdad de todos los demás; sino simplemente un discurso que es el de nuestro presente, sobre un pasado que, en última instancia, se inventa en función de los propios intereses: llevado al extremo, el pasado no existe, no hay más que sus nombres. Por una vez toda la historia, como decía Croce, es contemporánea. El planteamiento que Jameson hace sobre la relación con el pasado en el marco de la cultura posmoderna norteamericana, que él refiere al postestructuralismo lingüístico, sería básicamente la misma que en el campo histórico se clasifica como nominalista. Otros aspectos de la discusión sobre posiciones *realistas y nominalistas* en Historia pueden leerse en: *Georges Duby. Diálogo sobre la Historia, Conversaciones con Guy Lardreau*, Alianza Editorial, Madrid, 1988, Cáp. 1, Un nominalismo moderado, pág 37 y ss.*

<sup>9</sup> Fredric Jameson, op. cit., pág. 52.

<sup>10</sup> Ver la revista *El Malpensante*, No. 23, junio 15-agosto 1 del 2000, el artículo *Deconstruyendo a Woody*, de Rodrigo Fresán, un escritor y periodista argentino muy aficionado a escribir artículos polémicos sobre celebridades del mundo del espectáculo norteamericano, casi siempre apoyándose en biografías recién salidas al mercado, habitualmente de tintes más o menos escandalosas y con frecuencia distinguidas con la anotación de *no autorizadas*.

<sup>11</sup> Georges Duby, *Diálogo sobre la Historia. Conversaciones con Guy Lardreau*, Madrid, 1988, pág. 59 y ss.

<sup>12</sup> Benedict Anderson, *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*, F.C.E., México, 2005.

<sup>13</sup> Guy Lardreau en el Prefacio de Georges Duby. *Diálogo sobre la Historia. Conversaciones con Guy Lardreau*, Alianza Editorial, Madrid, 1988, pág. 11.

<sup>14</sup> M. Odina y G. Halevi, *El factor fama*, Editorial Anagrama, Barcelona, 1998.

<sup>15</sup> M. Odina y G. Halevi, op., cit., pág. 144.

<sup>16</sup> M. Odina y G. Halevi, *El factor fama*, Ed. Anagrama, Barcelona, 1998, pág. 38

<sup>17</sup> M. Odina y G. Halevi, op. cit., pág. 105.

<sup>18</sup> Otto Rank, *El mito del nacimiento del héroe*, Editorial Paidós, Buenos Aires, 1981

## Bibliografía

ANDERSON, Benedict. *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. F.C.E., México, 2005

DEBORD, Guy. *La sociedad del espectáculo*. Pre-textos, España, 2002

DUBY, Georges y LARDREAU, Guy. *Diálogo sobre la Historia. Conversaciones con Guy Lardreau*. Alianza Editorial, Madrid, 1988

JAMESON, Fredric. *El Posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Ediciones Paidós, Barcelona, 1995

LE GOFF, Jacques. *El orden de la memoria. El tiempo como imaginario*. Ediciones Paidós, Barcelona, 1991

ONDINA, Mercedes y HALEVI, Gabriel. *El factor fama*. Editorial Anagrama, Barcelona, 1988

PROSS, Harry. *Estructura simbólica del poder. Teoría y práctica de la comunicación pública*. Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1980

RANK, Otto. *El mito del nacimiento del héroe*. Ediciones Paidós, Barcelona, 1981

TURNER, Victor W. *El proceso ritual. Estructura y Antiestructura*. Editorial Taurus, Madrid, 1988

WILLIAMS, Raymond. *Marxismo y Literatura*. Editorial Península, Barcelona, 1980

