

LECTURA Y LIBERTAD

PEDRO LAIN ENTRALGO

Aunque sea tan ampliamente conocida, no parece inoportuno recordar una vez más la etimología de la palabra "negocio". Llamaron los griegos al ocio *skholé*, y al negocio *a-skholía*, privación del ocio. Como calcando esta oposición semántica, los romanos crearon los términos *otium* y *nec-otium*; pero no se entendería cabalmente el sentido originario del "ocio" y el "negocio", si no se advirtiese que la palabra griega *skholé* significa también "asociación sabia" o "escuela", y que de ella proceden inmediatamente la *schola* de los romanos, en su doble sentido de "ocupación intelectual" y "lugar donde se enseña", y —sólo en el segundo— nuestra "escuela".

Según esto, ¿qué era el negocio para el hombre antiguo? Nada más claro: era lo que impide el ocio, la ocupación que, por tener su fin en la satisfacción de las necesidades "inferiores" de la naturaleza humana —alimento, casa, transporte, vestido; en definitiva, dinero—, quita tiempo para el adecuado cultivo de la perfección mental y estética de la persona; ese *otium* que asociado a la *dignitas* constituiría la verdadera excelencia del hombre. *Otia nostra*, llamaba Ovidio a sus creaciones poéticas.

Pero, abolida la esclavitud, y con ella la posibilidad de relegar al esclavo las faenas serviles, proclamada luego por el mundo moderno la dignidad del trabajo —"Trabajar es orar", escribió Carlyle— negocio va a ser la ocupación que, además de promover la creación de una obra socialmente bien aceptada, permite a su titular la esforzada conquista del tiempo libre —el ocio— que a una exigen la práctica de la diversión y el cultivo de la perfección. Con el fácil recurso de la desmesura irónica, así lo declara en España una difundida ingenuidad: "Negocio que no da (dinero) para levantarse a las once, no es negocio". Frase de la cual podría ser lúcido anverso esta otra: "Negocio que no da (tiempo) para leer un libro cada semana, no es negocio".

Se trata ahora de saber en qué consiste el negocio de leer. Más precisamente: por qué puede ser buen negocio el empleo lectivo del ocio que con nuestro trabajo podamos adquirir. ¿De qué modo será buen negocio la lectu-

"Negocio que no da (tiempo) para leer un libro a la semana, no es negocio". Proverbio español.

ra? Mi respuesta —esquemática y profesoral respuesta— dice así: "Será el leer negocio, buen negocio, cuando por la vía de la diversión o por la del estudio regale al lector mundo, compañía y libertad, y por añadidura le conceda la posibilidad íntima de ser él mismo, ser de otro modo y ser más".

REGALO DE MUNDO

Hasta la saciedad se nos ha dicho desde hace medio siglo que, para el hombre, existir es "ser en el mundo". Sin mundo, sin que una parcela del mundo pertenezca a la persona del existente —aunque diste mucho de ser jurídica la índole de tal pertenencia— no sería posible y no parece imaginable una existencia realmente humana. Con la atmósfera que me intoxica y el parque que me alivia, con la avenida que me deleita y la calleja que me oprime, la ciudad en que vivo y las ciudades que visito son parte de mi mundo; y dentro de ellas, más o menos próximo a mi persona, un fragmento de ese ente multitudinario que me han enseñado a llamar sociedad; y en torno a ellas, un campo que mil ojos convierten en paisaje grato o ingrato; y sobre ellas, una bóveda astral que la ciencia y la técnica de nuestros días van convirtiendo en espacio transitable. Mi mundo, un pequeñísimo trozo del mundo de todos, contribuye esencialmente a que sea real y concreta —personal, en todos los sentidos de esta palabra— mi existencia de hombre. Mi mundo, mi pequeño mundo, constantemente susceptible de ampliación por obra de dos recursos principales: el viaje y la lectura.

Muy extensa y muy diversa es la gama de los libros que en su integridad o en alguna de sus páginas actúan sobre la vida del lector como proveedores de mundo: libros de viajes, fragmentos paisajísticos de tantas y tantas novelas, textos y monografías de geología y botánica, de geografía y zoología, de física y química, de astronomía y astrofísica, en lo tocante a la porción puramente cósmica de nuestro mundo; descripciones realistas o noveladas de la sociedad o de algunas de sus parcelas y tratados científicos acerca de ella, en lo relativo a cuantos en nuestro mundo nombra el adjetivo "social"; relatos históricos y metódicas visiones del pasado, para la concerniente a la esencial dimensión histórica de nuestro mundo. Actual o potencialmente, todo un vasto capítulo de la producción editorial tiene como misión el incremento constante de lo que es mundo en nuestra vida y en nuestro ser.

¿De qué modo acontece ese enriquecimiento? El simple examen de la enumeración precedente permite advertir que los libros nos regalan mundo por dos caminos distintos, bien que complementarios: la descripción y la intelección. La descripción transmuta en símbolos verbales la impresión inmediata de la realidad descrita.

PEDRO LAIN ENTRALGO. (ESPAÑA). Doctor en Medicina. Doctor en Ciencias. Director de la Real Academia Española de la Lengua. Académico de la Real Academia de Medicina. Rector de la Universidad de Madrid.

A título de ejemplo, recordad cómo las páginas finales de *Paz en la guerra* aumentan nuestra provisión de mundo y nos hacen estéticos poseedores del paisaje vizcaíno, asciende hacia la cumbre del Pagazarri y va contemplando lo que ante él aparece: "Empieza a escalar la montaña. Según la sube, va desplegándose a sus ojos como algo vivo el panorama... Llega por fin a la cima, reino del silencio, y abarca con la mirada la vasta congregación de los gigantes de Vizcaya, que alcanzan sus cabezas los unos sobre los otros, en ondulante línea de donde se despliega el cielo... Sobre las muelles curvas de los montes terrosos, chatos y verdes, yérguense las cresterías recortadas de los blancos picachos desnudados por las aguas seculares..." A las almas vital y estéticamente formadas en la meseta castellana o en la pampa argentina, ¿no es cierto que estos párrafos pueden añadir un trocito nuevo de mundo? Sin daño para nadie, al contrario, con bien de todos, la prosa y el verso descriptivos nos hacen íntimamente dueños de todo lo visible.

La intelección, por su parte, convierte en símbolos escritos —palabras o signos convencionales— las ideas que acerca de la realidad visible han creado los hombres, y a través de ellos nos enriquece el mundo. Alguien me objetará: "¿No cree, amigo, que hay demasiado optimismo en esa afirmación? ¿Se atreverá usted a decir que el estudiante de física siente que su mundo se hace más rico leyendo que, en los cuerpos simples, el producto del peso atómico por el calor específico es una cantidad constante, o que al alumno de botánica le hace ganar realidad personal el recitar de corrido la fórmula floral de las plantas malváceas?" Sí y no, responderé. No, cuando el aprendizaje y la retención de esa ley y esta fórmula no pase de ser un ejercicio de memoria verbal. Sí, cuando el lector, bien de la mano del autor del libro, bien con la ayuda de un maestro competente y eficaz —aquel que para el discípulo sabe ser un cicerone entre la letra del libro y la realidad del mundo—, acierta a recrear por sí misma la experiencia originaria de Dulong y Petit, físicos que por vez primera formularon esa ley, y la de Linneo, universal pontífice en el ejercicio de ordenar las especies botánicas según la apariencia de sus

flores. Así leídos, no de otro modo deben serlo, el libro de física y el libro de botánica incrementan el haber de mundo del lector; aquél, mostrándole cómo con su inteligencia explicativa puede penetrar de manera nueva en los entresijos y las regularidades del cosmos; éste, haciéndole ver que la diversidad de la naturaleza es más bien composición ordenada que aglomeración caótica. Don Fulgencio de Entrambosmares, el cómico filósofo unamuniano de *Amor y pedagogía*, admiraba a sus oyentes diciéndoles que conocer científicamente es "catalogar el Universo para devolvérselo a Dios en orden". Más modesto que este aspirante a ordenador del divino desorden de las cosas, el hombre de ciencias —y con él quienes, leyéndole, saben rehacer *in mente* lo que él hizo— nos descubre la creadora capacidad de nuestra inteligencia para entender ordenadamente la realidad que vemos y tocamos.

El libro ofrece en estos casos nuevos fragmentos de mundo y vías nuevas para adentrarnos en ellos y en los que sólo muy insuficientemente conocíamos antes; vías que pueden ser la simple ordenación clasificatoria del botánico, la explicación racional del físico y la adivinatoria comprensión del psicólogo, cuando es la conducta de un hombre lo que como tal psicólogo pretende conocer. Libros de viajes, novelas esmaltadas de páginas descriptivas, manuales, monografías y tratados de ciencias naturales y de ciencias humanas; mil y mil cauces por los cuales, sin moverse del sillón de sus ocios, todo lector de alma porosa puede acrecer el área y el contenido de la parte de su realidad que él con toda propiedad llama "mi mundo". Desde los papiros en que Heródoto contó lo que en sus viajes había visto, así viene sucediendo.

REGALO DE COMPAÑÍA

El hombre, tal es uno de los motivos más centrales del drama de su existencia, está forzado a la soledad y exige al mismo tiempo la compañía. Los filmes de Antonioni han presentado con plasticidad y patetismo muy efica-

Comunicación

40



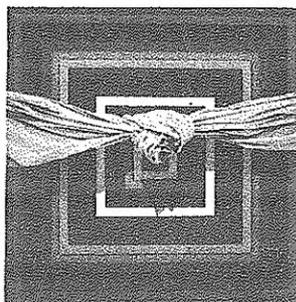
GILLO DORFLES | THOMAS F. MADER
FRANCISCO A. RIZZUTO | PIERRE BESSIS

No. 40 (octubre, 78)

Morfología y semántica de la publicidad televisada. La atracción de las palabras: riesgo comercial. Los nombres de los perfumes. Código de autodisciplina publicitaria. Publicidad y lenguaje. Cómo hacer una publicidad más eficaz. Clásicos de la comunicación: El sentido dialéctico de la publicidad. **Gillo Dorfles. Thomas Mader. Pierre Bessis. Enrico Baragli, S.I. Francisco A. Rizzuto. David Ogilvy. Edgar Morin.**

Comunicación

41



LOS MEDIOS ELECTRONICOS Y EL CONTACTO HUMANO
EL ESCRITO E IMAGEN: DOS IMPERIALISMOS
INFORMATICA: ENTRE EL PROGRESO Y LA DEPENDENCIA
LA COMUNICACION DEL MAÑANA

No. 41 (noviembre, 78)

Teoría de la proximidad electrónica. Lo escrito y la imagen, realidad de dos imperialismos. La difícil búsqueda de la novedad en la prensa escrita. Informática: progreso y peligro. Clásico de la comunicación: La info-contaminación. Unesco: Un debate histórico. **Felipe Kerzenny. Anne Marie Loulan. Vicente Locuráin. Jacques Attali** entrevistado. **Jean-Louis Sorvan Schreiber. Francois Richaudeau y Jean Feller.** Portada e ilustraciones de **Gelsen Gas.**

ces la vivencia actual de la incomunicación interhumana; pero ya los filósofos medievales supieron ver que la incomunicabilidad pertenece como nota esencial al ser de la persona; y desde ellos hasta Ortega, para quien la soledad es la esencia de la vida humana, y hasta Zubiri, en cuyo sistema filosófico la realidad de toda cosa consiste en ser "de suyo", y la del hombre en ser, además, "en propio", el pensamiento de Occidente no ha dejado de afirmar esa radical, ontológica forzosidad que la soledad tiene para el ser humano. Bajo forma de imperativo existencial y ético, con especial crudeza poética supo decirlo Quevedo:

*vive para tí solo, si pudieres,
pues sólo para tí, si mueres, mueres.*

Pero a la vez —y en el fondo para su bien, pese a la célebre sentencia *I'Enfer, c'est les autres*, de Sartre—, el hombre no puede no estar acompañado; más aún, exige la compañía, de modo secreto cuando quiere estar solo y dice estarlo, de patente modo y penoso cuando quiere estar acompañado y no lo logra, de patente y gozoso modo cuando puede convivir con personas que en verdad le son gratas. Aliviando en una u otra forma la excelsa y ardua forzosidad metafísica de estar solo va el hombre haciendo su vida, desde que en la adolescencia azoradamente advierte que es persona, y por tanto realidad a un tiempo comunicante e incomunicable.

Aunque el acompañado descubra a veces, en herida y retraída soledad, que no era verdadero amigo suyo quien antaño parecía acompañarle —en términos más generales y más profundos: aunque la decepción siempre pueda hacernos vivir dolorosamente la constitutiva soledad que lleva consigo el ser persona—, toda compañía es real mientras creemos en la sinceridad de quien nos la presta. Sensiblemente real, con la fuerte realidad exterior de lo percibido mediante los sentidos —del percepto—, cuando la sentimos a través de la presencia visible y audible de alguien que nos quiere y a quien queremos; imaginativamente real, con la sutil realidad intraanímica del ente de ficción —del ficto, según la precisa terminología de Zubiri—, cuando la vivimos tratando a solas con el recuerdo de una persona querida,

con la anticipación de su presencia, si estamos esperándola, o con los personajes que discurren por las páginas de un libro gustosamente leído. Esta es la peculiar compañía en que tiene su segundo capítulo el negocio de leer.

Tres modos distintos veo yo en ella. Hállase en primer término la casi sensible compañía que nos ofrece el autor de un libro, cuando como tal aparece en sus páginas. Viene luego la más alquitarada que nos brindan los personajes de ficción: Don Quijote y Segismundo, Robinson y Tom Sawyer, d'Artagnan y Julián Sorel. Existe, en fin, aunque más problemática y mucho menos perceptible, la que nos conceden, cuando alcanzan verdadera excelencia, los autores de libros didácticos.

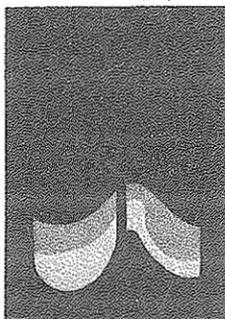
Como de bulto, con esa instante proximidad de alguien a quien podemos llamar "tú" se nos muestran los autores de autobiografías y de epistolarios; y casi tan vivamente como ellos —qué bien supieron advertirlo y explotarlo Stefan Zweig y André Maurois—, las personas muertas a las que una buena biografía literariamente resucita. Aunque el autor de una carta preste ante todo su compañía al destinatario de ella, ¿no es cierto que también, en cierta medida, acompaña a cualquier lector, cuando es un fragmento de genuina vida personal y no un simple asunto negocioso lo que la carta dice? Y aunque sea el autor de la biografía quien más directa e intensamente goce la íntima compañía del hombre a quien con su saber y su arte ha hecho revivir, ¿verdad que también el lector de ella siente con auténtico deleite, con simple interés o con algún espanto, según los casos, que ese hombre le acompaña, puebla ocasional e ineditamente su vivida soledad?

Más detenida reflexión merece el testimonio autobiográfico, especialmente si se le considera como expresión de la actitud del autor ante sí mismo y de la intención que le ha movido a poner negro sobre blanco lo que de sí mismo ha querido decir.

Un hombre se decide a hablar a los demás acerca de su vida; ¿Qué ha podido moverle a tan peregrina empresa? ¿Por qué y a quién cuenta un hombre lo que acerca de esa vida suya juzga oportuno contar? Tres cardinales

Comunicación

42



El Costo social de la Comunicación
Sistemas de medios y sistemas educativos
Significado, trabas y limitaciones de la libertad de información.
ABRAM MÓLES Y JUAN PABLO EL SAURO PALLETT

No. 42 (diciembre, 78)

Sistemas de medios y sistemas educativos. Cultura del vestido evidente y no evidente. El costo social de la comunicación. Clásicos de la comunicación: La elección del blanco. En el mundo de la comunicación: Martha Palau. Significado, trabas y limitaciones de la libertad de información (segunda parte del Informe UNESCO). Abraham Moles. Armando Partida. Juan Nieto. Marc Palleff. Portada e ilustraciones de Marta Palau.

Comunicación

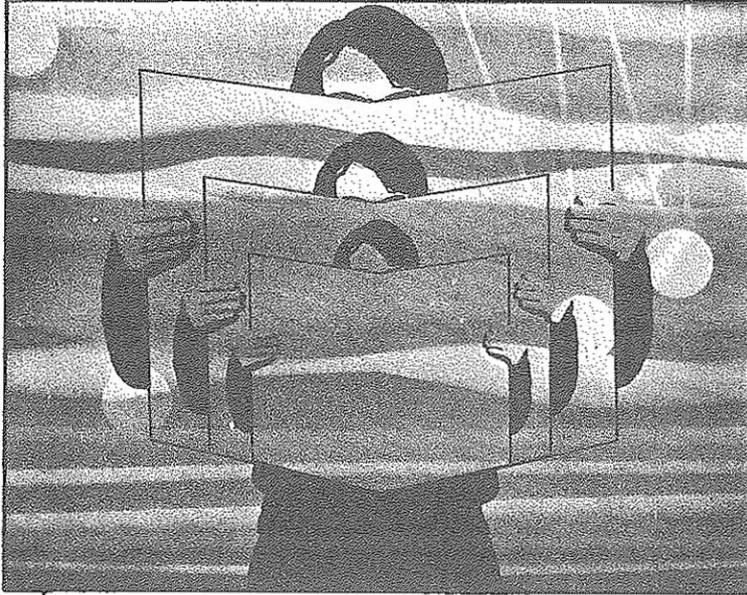
43



EL DERECHO A LA INFORMACIÓN
Defensa de libertades y búsqueda de participación: un tema actual
MIGUEL ALEMÁN VELASCO · MIGUEL ÁNGEL COMPOSICO
CARLOS ESTEVA · EULALIO FERRER · JIRI ZEMAN

No. 43 (enero, 79)

Algunas reflexiones en torno al derecho a la información. Los medios electrónicos en México. De la información a la comunicación. Crónica para un análisis del derecho a la información. Clásicos de la comunicación: Origen y significado de la información. Central de comunicación. Declaración de la Unesco. *Heracleo La bestida*. Miguel Alemán Velasco. Eulalio Ferrer R. Miguel Ángel Composito. Jiri Zeman. Gustavo Esteva.



respuestas son posibles, correspondientes a los tres posibles modos de ser real la persona: Dios o un sucedáneo de Dios, uno mismo y los demás hombres. De lo cual nacen las tres fundamentales especies del género autobiográfico, las confesiones, los diarios íntimos y las memorias.

Frente a este modo de entender las confesiones autobiográficas, alguien dirá que si un hombre escribe recuerdos e interpretaciones de sí mismo para que luego sean leídos, es a los demás hombres o a un particular grupo de ellos a quienes inmediatamente destina su narración. Pero hablando inmediatamente a hombres, el confesor de sí mismo puede dirigirse en última instancia al Dios personal en que cree o a la humanidad entera, en cierta manera divinizada.

Muy explícita y deliberadamente, aquél fue el propósito de San Agustín. "Es a tu misericordia, y no al hombre, mi burlador, a quien hablo", dice expresamen-

te a Dios, a su Dios, en una página de sus *Confesiones*. Y añade en otra: "¿Qué tengo yo que ver con los hombres para que oigan mis confesiones, como si ellos fueran a sanar todas mis enfermedades?... ¿Por qué quieren oír de mí quién soy, ellos que no quieren oír de Tí quiénes son? ¿Y de dónde saben, cuando me oyen hablar de mí mismo, si les digo verdad, siendo así que ninguno de los hombres sabe lo que pasa en el hombre (en otro hombre), si no es el espíritu del hombre que existe en él?". Profundas, importantes palabras para edificar una teoría del conocimiento del prójimo. Pero vengamos a lo nuestro. Agustín confiesa su vida a Dios, y mediante la confesión de sí mismo y de su fe trata de justificarse ante El; con lo cual los demás hombres no pasan de ser testigos de esa confesión, o acaso beneficiarios de ella, si quieren leerla para su edificación propia. Tal es el designio que le mueve a declarar literariamente su vida, no sólo ante Dios, también —dice— "en los oídos de los creyentes hijos de los hombres". De aquí que las confesiones auténticas nunca puedan ser cónicas, aunque a veces lleguen a ser terriblemente sinceras.

Más cuando la creencia en un Dios creador, personal y amante es tibia o ha muerto, el confesor de sí mismo trata de justificarse contando su vida a los demás hombres, a la humanidad, que así se convierte en equivalente secularizado de Dios; "Dios deviniente", según la rotunda fórmula de Hegel. El énfasis retórico del siglo XIX supo dar precisa expresión verbal a esta actitud anímica, y habló de la responsabilidad del hombre ante "el tribunal de la historia". *Weltgeschichte*, *Weltgericht*, "la historia del mundo es el tribunal del mundo", dijeron los románticos alemanes. Tal fue el caso de las sincerísimas *Confesiones* de Rousseau y, en cierto modo, el de *Poesía y verdad*, de Goethe.

Junto a la total sinceridad de las confesiones, la más matizada de los diarios íntimos. Matizada por la irrefrenable tendencia del hombre sensible a la práctica de ese "trato para sí mismo" que tan finamente analizó el poeta Luis Rosales, cuando el autor escribe su diario sin pensar en una ulterior, acaso póstuma publicación;

Comunicación

44



□ LOS COMERCIALES PARA NIÑOS EN TV

□ EL FUTURO DEL PERIODISMO

CHARLES ATKIN Y GARY HEALD □ LEOPOLDO BARRIONUEVO
RAÚL ESCOBAR □ MILTON HOLLSTEIN

No. 44 (febrero, 79)

El cerebro y los medios: el hemisferio "occidental". El gobierno y la prensa: la cuestión de los subsidios. De cómo la televisión vende a los niños. Los supermercados: laboratorios de comunicación: Qué son y qué no son las relaciones públicas. **Marshall McLuhan**. **Milton Hollstein**. **Charles Atkin** y **Gary Heald**. **Federico Sánchez Fogarty**. **Anthony Smith**. **Leopoldo Barrionuevo**.

Comunicación

45



□ EL ARMA SECRETA DEL BUEN LECTOR
□ INFORMACIÓN Y DEMOCRACIA
□ EL FUTURO DEL PERIODISMO

No. 45 (marzo, 79)

La creatividad de grupo. Difusión de cultura viva. El arma secreta del buen lector. Información y democracia: influencia mutua. Clásicos de la comunicación: El lenguaje y el conocimiento en la vida cotidiana. El futuro del periodismo: decadencia del Cuarto Poder. **Abraham Moles**. **José Luis Aragon**. **Claude Philippe**. **José Luis Arco Lucas**. **Peter Berger** y **Thomas Luckmann**. **Anthony Smith**. Portada e ilustraciones de **Elvira Gascón**.

matizada por el gusanillo de la pasión literaria, siempre operante al tomar la pluma, aunque el plumífero diga despreciar la literatura, cuando la diaria expresión escrita de uno mismo es compuesta con el secreto deseo de que alguien la publique algún día; matizada, en fin, porque en nuestro espejo íntimo aparece siempre, junto a lo que nuestros ojos somos, lo que para nuestros ojos —para nosotros mismos— queremos ser. Però, de uno u otro modo matizadas la sinceridad y la verdad de ellos, los diarios íntimos muestran siempre al lector un “tú” que le ofrece grata o ingrata compañía. Y como los diarios íntimos, las memorias, los libros en que un hombre cuenta a los demás una parte de su propia vida. Es cierto, sí, que el autor de memorias suele componerlas para lograr justificación de corto alcance (no la absoluta y radical justificación, con sus luces y sus sombras, que persiguen las confesiones), prestigio de plazuela (ese que proporciona el “que hablen de uno”) y granjería inmediata (el lucro rápido del *best-seller*, si a tanto se llega, o el puesto apetecible); más también lo es que el lector de ellas, despectiva e irónicamente en tantas ocasiones, solidariamente en otras, admirativamente en algunas, vive dentro de su alma la compañía de la persona que las escribió.

Regalan asimismo compañía los personajes de ficción que tan abundantemente ofrece la lectura. Al lector del *Quijote* le acompaña, bien para sólo estar junto a él, según lo que de ellos Cervantes nos dice, bien para dialogar con ellos, si como lector es imaginativo y ocurrente, además de ser receptivo, Don Quijote, Alonso Quijano, Sancho o los tres a la vez; y como don Quijote al amigo de Cervantes, Oliverio Twist acompaña al de Dickens, Fortunata al de Galdós y Don Juan Manual de Montenegro al de Valle-Inclán. Todo personaje literario recia y coherentemente compuesto tiene un peculiar modo de realidad, e incontestablemente lo demuestra actuando sobre nosotros, modificándonos, recreándonos, cuando lectivamente nos relacionamos con él, o siendo por nosotros modificado, recreado, cuando, acaso para completarle, con él íntimamente dialogamos. De manera genial nos lo hicieron ver Unamuno y Pirandello,

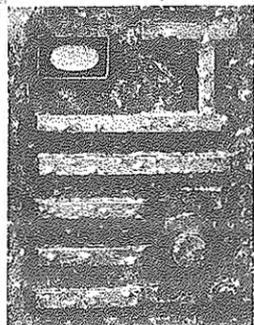
aquél con el Augusto Pérez, de *Niebla*, y con el esquemático protagonista de *La novela de don Sandalio*, éste con sus célebres *Seis personajes*; y con iletrada y conmovedora ingenuidad, así lo demostraba cierta señora pamplonesa que, según mi profesor de Historia literaria, anualmente hacía decir una misa por el alma de Don Quijote de la Mancha. Qué sugestiva tarea, mostrar documentadamente cómo la realidad ficticia de nuestro máximo héroe ha actuado sobre la realidad psicológica, histórica y social de los españoles, y cómo a la vez, para bien o para mal, por ellos ha sido recreado.

De diverso modo nos acompañan el autor del libro leído, cuando de manera patente se muestra en él, y los personajes de ficción que con alguna fuerza viven y actúan en sus páginas; mas también, todo lo tenuemente que se quiera, el autor que sólo de manera latente exista en sus páginas. Es el caso de los libros didácticos de buena calidad. ¿Podemos acaso considerar buenos el libro de texto, la obra enciclopédica y la monografía científica que no susciten en nosotros agradecimiento a su autor, aunque de él sólo conozcamos el nombre? Y agradecer algo a alguien, ¿no es un modo de recibir su compañía? Permitaseme ilustrar esta tesis con un mínimo recuerdo personal. El álgebra que yo sabía al terminar mi bachillerato la debía en buena parte a la claridad y al buen método de un libro de texto compuesto por un señor del cual sólo conocí y sólo conozco el nombre, don Adoración Ruiz Tapiador, y la profesión, catedrática de enseñanza, a Media. Pues bien: desconocido para mí como persona, invisible e inimaginable, salvo en su condición de claro y metódico expositor didáctico, don Adoración Ruiz Tapiador me ha acompañado cuantas veces, a lo largo de mi vida, ha sido el álgebra objeto de mi atención. Conste aquí mi ajeño, casi infantil agradecimiento a la persona que llevó ese nombre.

REGALO DE LIBERTAD

Nuestra condición de entes libres no puede regalárnosla

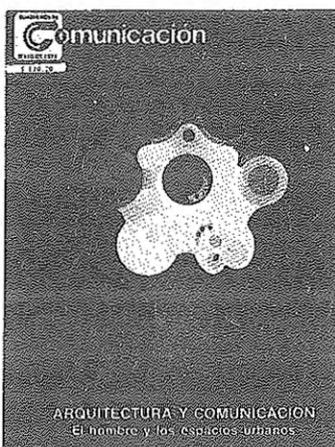
Comunicación



□ EL ORIGEN DEL LENGUAJE
 □ DE NUEVO LA DECADENCIA DE OCCIDENTE
 GENERAL L. VICTORBUKAL □ VILHEM FLÜSSER

No. 46 (abril, 79)

La crisis de Occidente: una crisis de creencia. Del grito a la palabra. La expresión oral: ¿medida de inteligencia? Las máquinas de enseñar. Clásicos de la comunicación: Comunicación verbal. En el mundo de la comunicación: Comic para adultos; Satélites comerciales del film; Programas educativos; TV para niños. Villem Flüsser. Victor Bunak. Oscar Kiss Maerth. Hans Moller. Romón Jakobson. Claude Philippe. Portada e ilustraciones de René Allis.



No. 47 (mayo, 79)

Conceptos de Jiri Zeman. La reacción humana a la complejidad arquitectónica. Análisis informacional de la arquitectura. Confrontación de dos ideologías arquitectónicas. Ideología y organización espacial. Clásicos de la comunicación: El pensamiento, la comunicación, el símbolo significante. Serafin Mercado. Javier Covarrubias. Rafael López Rangol. Taller Informacional. George M. Mead. Portada: Arq. Javier Covarrubias.

ARQUITECTURA Y COMUNICACIÓN
 El hombre y los espacios urbanos

nadie, porque, en cualquiera de sus múltiples formas —la opción, la aceptación o el rechazo, la creación, el ofrecimiento—, la libertad es una de las más esenciales notas constitutivas de la realidad humana; pero el ejecutivo ejercicio de ella requiere conquista y aprendizaje, porque sólo es libre de hecho quien ha sabido conquistar la realización del libre albedrío y ha aprendido luego a usarlo para la personal edificación de su vida. Lo cual equivale a decir que al hombre puede ayudársele a ser libre, y puede quitársele, si no la posibilidad íntima, si la posibilidad social de serlo.

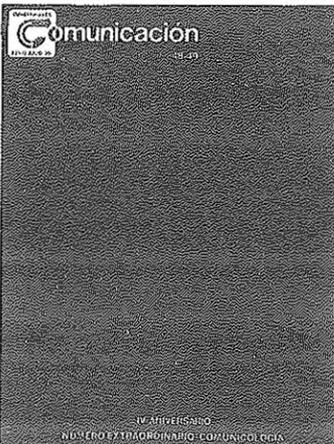
En este sentido, el papel de la lectura en la conquista y el aprendizaje de la libertad salta a la vista. Sin necesidad de pensar en ello, la lectura —la adecuada lectura— nos forma para el ejercicio de la libertad y nos incita a él, poniéndonos en el trance de cumplir las dos condiciones que para la perfección del acto libre disciernen los filósofos: la condición “de” y la condición “para”. Ser de veras libre exige serlo “de”, de todo lo que oponga a la efectiva realización de la libertad, y serlo “para” para el logro de la meta hacia la cual tienda la acción libremente elegida. Sólo libre de la traba que para pensar constituye el dolor físico podrá pensar libremente; sólo pensando para conocer algo que de veras me importe, ejercitaré adecuadamente la libertad de mi pensamiento. Veamos, pues, cómo la lectura puede y debe ayudar a la recta de ejecución de esta dual estructura del acto libre.

Ante todo, en el caso de la libertad de opción. ¿Cómo la lectura ayuda al lector en el empeño de elegir libremente su camino vital? Con el clásico latino que leyó en el Colegio de la Flèche, el joven Descartes se preguntaba: *Quod vitae sectabor iter?*, “¿Qué camino de la vida elegiré?”; pregunta que el futuro filósofo no habría podido hacerse si la vida y la lectura no le hubieran ofrecido la posibilidad de seguir varias sendas, y si no se hubiese sentido libre, íntima y socialmente libre, para optar por una o por otra. Íntima y socialmente libre, digo. Pensemos un momento cómo en nuestro tiempo cobran realidad esos dos modos de llevar a cabo la libre opción.

Para que la lectura pueda ayudar al goce de la liber-

tad deben ser satisfactoriamente cumplidos tres requisitos, concerniente uno al Estado, otro a la sociedad y otro al lector mismo. Si el Estado no permite el ejercicio de la libertad civil, si actúa prohibiendo y permitiendo la letra impresa al dictado de un dogmatismo rígido, cualquiera que éste sea, lo que sus ciudadanos leen no les enseñará a ser libres. La experiencia que a este respecto nos ha traído, desde hace medio siglo, la historia del planeta, no es precisamente consoladora. De poco servirá, sin embargo, la libertad que un Estado reconozca y garantice, por muy amplia que sea, si la sociedad por él regida no sabe utilizarla para el público ofreciendo de lecturas que susciten ese gozoso deporte de la libre opción. Más precisamente: si la sociedad no ofrece autores que por la vía de la imaginación o por la del pensamiento quieran emplear creadoramente, como tales autores, su libertad, y sepan ofrecer así metas o caminos al lector de su obra, y si no manifiesta su voluntad de ser libre como tal sociedad dando realidad a una industria editorial diversificada, animosa e inteligentemente abierta a la exigencia del presente y a la promesa del futuro. Lo cual tampoco sería posible si la educación —primario deber de la sociedad y el Estado— no hubiese promovido la existencia de una masa de aficionados a la lectura capaces de encontrar en ella la diversión, la formación y la incitación que la lectura puede ser. En suma: en el negocio de leer tiene parte esencial el incremento de nuestra capacidad para ser íntima y socialmente libres; pero sólo mediante una ordenada cooperación entre el Estado, el mundo intelectual y literario, la industria editorial y una sociedad donde tenga suficiente vigencia la afición a la lectura, sólo así será posible la real existencia de ese sutil beneficio que la lectura otorga.

Mas la libertad no consiste únicamente en poder optar entre dos o más posibilidades para hacer de una de ellas cosa propia; consiste también en descubrir o crear algo —un sistema filosófico, una ley física, un poema, un tema literario o un modo de escribir, una industria, un hábito social— que traiga alguna novedad a la situación histórica en que se vive. Quien por sí mismo inventa o descubre algo muestra ser íntima y socialmente



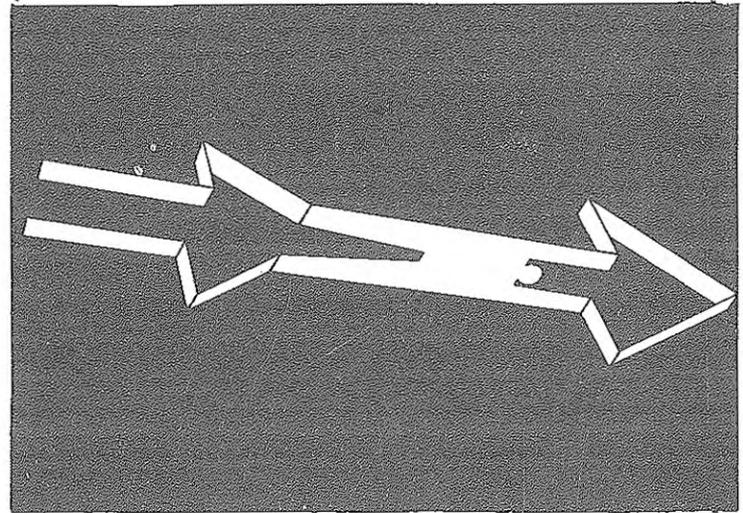
Nos. 48 y 49 (junio/julio, 79)

NUMERO MONOGRAFICO DEDICADO AL TEMA DE LA "COMUNICOLOGIA". Comunicología aplicada: antecedentes y fundamentos de una idea nueva. Axiomas para una sociedad comunicacional. Sociedad y política. Notas para una semiótica explicativa (proposición de método). En busca del receptor. Estudio y enseñanza de la comunicación. La deshumanización: un reto para la comunicación. Me-

dios y mensajes publicitarios: ecosistemas de evaluación. Anatomía de un comercial. Análisis estadístico de la pragmática del eslogan. Distancias caminables. Documentos: La comunicología: raíces y teoría de una nueva ciencia. **Eulalio Ferrer R. Abraham Moles. Horacio Labastida. Jorge Fernández Font. Jaime Goded. César Moreno. Eduardo Sanders. Francisco Javier de Anda. Luis Albarrán Oscós. Enrique Espinosa Fernández.**

libre, no ya optando entre las varias posibilidades que su mundo le ofrezca, sino lanzándose osadamente hacia la creación —hacia la cuasi-creación, precisará Zubiri— de posibilidades de vida que antes no existían. Tal es la clave real de la novedad histórica, sea esta progresiva, cuando lo nuevo es mejor que lo viejo, o regresiva, cuando acontece lo contrario. Y examinando atentamente la historia y la estructura de la actividad creadora, ¿cómo no advertir que la lectura ha sido en muchos casos, en casi todos los casos, uno de sus más eficaces motivos? El talento y el genio Dios los da, a través de la constitución genética de los hombres talentosos y geniales; pero el ansia de originalidad, sea no más que talentosa o llegue a ser verdaderamente genial la obra de ella resultante, viene casi siempre suscitada por la educación, y de ésta es principalísimo ingrediente la lectura, cuando se la practica con la ambición del émulo o con la sed del innovador. “¿Por qué yo, con mis personales dotes, no he de hacer tanto o más que el autor del libro que leo?”, se pregunta el émulo. Así leyeron muchos hombres del Renacimiento las obras de los autores de la Antigüedad clásica, y ése fue el ánimo de los literatos integrantes de la generación del 98 ante las creaciones de los novelistas, los poetas y los dramaturgos de la España de la Restauración y la Regencia. “¿Por qué este problema, hasta ahora insoluble, no ha de encontrar solución hoy, y precisamente por obra mía?”, se dice a sí mismo, frente a la noticia de lo que hasta él se hizo, el aspirante a innovar. Leyendo los resultados del experimento de Michelson y Morley, valga tan alto ejemplo, algo semejante o esto debió de decirse a sí mismo Alberto Einstein, y ese fue el punto de partida de su teoría de la relatividad. En una o en otra forma, la lectura enciende o acrece nuestra libertad para la creación, aunque lo creado sea tan modesto como la introducción de un adjetivo nuevo o la invención de un modelo de botijo.

Novedades científicas, filosóficas, técnicas, económicas, políticas, sociales, literarias o institucionales, en el caso de los hombres dotados para la creación, y opciones ante la posibilidad de aceptarlas o rechazarlas, ya convertidas en bien social, para quienes hacen su vida



eligiendo entre lo que su mundo les ofrece; tal es el copioso elenco del enriquecimiento en libertad que la lectura ofrece.

SER YO MISMO, SER DE OTRO MODO, SER MAS

La radical soledad de la persona, de cada persona, se puebla de mundo y de compañía merced a los actos de opción, apropiación y creación que por modo agregio o humilde el ejercicio de la lectura, de cualquier lectura, una novela policiaca, un ensayo filosófico o un tratado de astrofísica, suscita en el alma del lector. Nada más evidente. Pero ¿en qué consiste ese enriquecimiento que alcanza la existencia personal del que lee? ¿Qué ha pasado en la realidad de un hombre cuando la lectura le ha dado todo lo que le puede dar? Pienso que en la respuesta debe discernir tres momentos entre sí complementarios: ser uno mismo, ser de otro modo y ser más.

Comunicación

50



□ RAZONES Y CONTRADICCIONES DE LA PUBLICIDAD
□ LA COMUNICACIÓN POLÍTICA
□ LA DEIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN

No. 50 (agosto, 79)

La deificación de la comunicación. El estudio de la comunicación política (sus alternativas). Razones y contradicciones de la publicidad. La "crisis" de la cultura en las teorías de la comunicación. Hermes, o de la comunicación humana. Documentos: Ideología y semiótica (el caso Voloshinov). Entrevista al rector de la Universidad de Nuevo León. Robert Lindsay. Dan Nimmo. Lawrence Grossberg. Alfonso Reyes. Fernando Tudela.

Comunicación

51



□ CONSECUENCIAS SOCIALES DE LA INFLACIÓN COMUNICACIONAL
□ TV Y SEXO: DOS ENFOQUES
BRADLEY S. GREENBERG □ JAVIER MARTÍNEZ RIVERA

No. 51 (septiembre, 79)

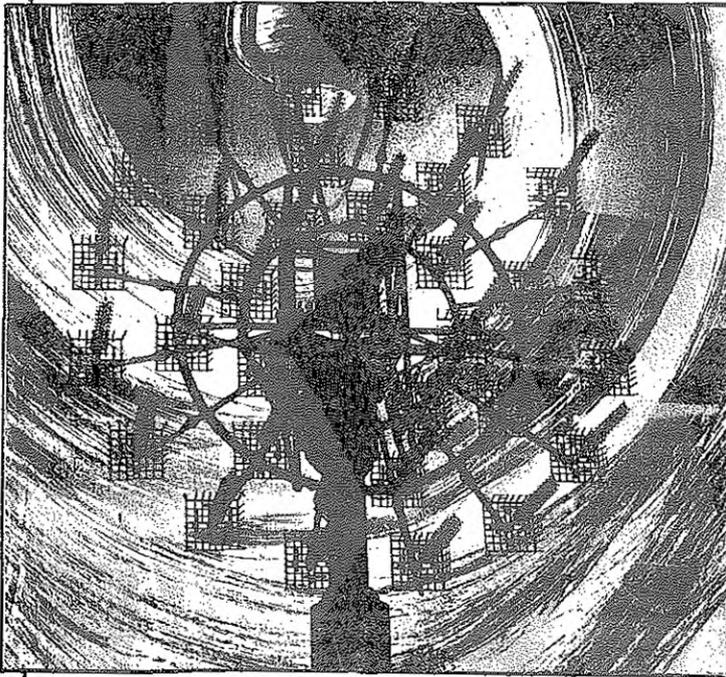
La opulencia comunicacional y sus consecuencias sociales. Sexismo y distorsión de la realidad. Sexualidad en la televisión norteamericana. La enseñanza de la comunicación. Clásicos de la comunicación: Hermes o de la comunicación humana. Segundo Encuentro Mundial de la Comunicación. Entrevista al Doctor Javier Martínez Rivera. Abraham Moles. Elizabeth Rohmer. José María Pichardo. Bradley S. Greenberg. Alberto Sauret.

El lector, claro está, sigue siendo el que era antes de leer; puede en consecuencia seguir siendo "yo soy yo mismo", si lo que quiere declarar es su identidad personal, o "yo soy yo y mi circunstancia", según la conocida fórmula de Ortega, si lo que quiere es dar expresión a la entera realidad de su persona: lo cual no excluye que haya lecturas con las cuales ese tácito "yo soy yo mismo" gana muy especial intensidad. ¿Cuándo y cómo?

Suele vivir el hombre más o menos gustosamente entregado a lo que hace. Más gustosamente, incluso felizmente, cuando eso que hace pertenece a su vocación y es causa de placer; el caso del poeta cuando "le sale bien" el poema o el del deportista cuando está batiendo una marca importante. Con hartito menos gusto, y hasta

con íntimo malestar, cuando lo que hace contraría su vocación y su afición; el caso de quien, haciendo algo porque se ve obligado a hacerlo, "grita sin palabras dentro de sí mismo lo que con palabras y mediante su pluma gritó una vez Michelet: "¡Mi yo, que me arrebatan mi yo!". En el primer caso, uno "es" lo que hace; eso que hace llena sin resquicios toda su capacidad de ser. En el segundo, aunque su talento expresivo no sea el de Michelet, siento que su realidad se parte en dos fragmentos, uno correspondiente a lo que es, por el hecho de hacer lo que entonces hace, y concerniente el otro a lo que sería si hiciese lo que entonces quiere hacer. Partición que se le revelará con total claridad cuando se quede solo consigo mismo y en lugar de pensar en las musarañas, de recordar lo que le plazca o de planear una acción o una empresa futuras, ponga su atención en su propia realidad —"se haga cuestión de sí mismo", según la fórmula inmortal de San Agustín— y de uno u otro modo se pregunte: "¿Quién soy yo, qué soy yo?".

¿Quién soy yo, qué soy yo? Graves interrogaciones, a las cuales solo puede responderse satisfactoriamente —nunca, sin embargo, con la palmaria evidencia con que afirmamos "la nieve es blanca" o decimos "Yo me siento sano"—, cuando en la respuesta se combinen mutua y armoniosamente dos momentos del conocimiento de sí mismo perfectamente discernibles: lo que uno sabe ciertamente acerca de sí mismo y lo que acerca de sí mismo sinceramente cree; porque sólo la armoniosa conjugación del saber y el creer da seguridad subjetiva a nuestros juicios y a nuestros actos, refiéranse a nosotros mismos o a nuestro mundo. Sin la menor inseguridad acerca del término de mi acción, yo salgo de mi casa para ir al teatro. ¿A qué se debe la total ausencia de inseguridad, la inmediata y entera seguridad íntima con que ejecuto lo que me he propuesto hacer? Obviamente, a la armoniosa conjunción de un saber y un creer: "sé" muy bien donde está el teatro al que quiero ir y "creo" sin sombra de duda que cuando yo llegue a él no se habrán hundido sus muros. Como W. James y Ortega hicieron ver, siempre es una creencia lo que nos da la íntima certidumbre de ser "verdaderamente real"



Comunicación

92



□ COMUNICACIÓN Y LIBERTAD
□ FILOSOFÍAS DE LA COMUNICACIÓN
□ COMUNICACIÓN PERSUASIVA

ANDRÉS BARRAL □ ALEJANDRO AVILÉS □ QUIROSGARZÓN

No. 52 (octubre, 79)

Comunicación y libertad. Filosofías de la comunicación. Estructura y contenido del mensaje persuasivo. Información internacional, un juego difícil. La televisión en la industria de la cultura. El diseño, logros y aberraciones de la metodología. Entrevistas al Doctor Angel Saiz Saez y al profesor Alejandro Avilés. Juan Nieto Rodríguez. Andre Akoun. Eduardo García Gaspar. Theodor W. Adorno. Gul Bonsteppe. Antonio Lascuráin.

Comunicación

93



□ EL DERECHO DEL HOMBRE A LA COMUNICACIÓN
□ MEDIOS MASIVOS: VOLVER A LA DIMENSIÓN HUMANA
□ DISEÑO INDUSTRIAL

BOINA □ NOAM CHOMSKY □ JEAN D'ARCY □ JUAN DÍAZ BORDENAVE

No. 53 (noviembre, 79)

El derecho del hombre a la comunicación. Esfuerzos para definir un término escurridizo. La vuelta a la dimensión humana. Del transporte de ideas a un ritual de conservación. Acerca del comportamiento de los oyentes y el silencio. Evolución y enseñanza de la comunicación en Brasil. Redes abiertas. Joan D'Arcy. Noam Chomsky. Anne-Marie Lauzon. Paul Hartman. Alphons Silbermann. Juan Díaz Bordenave. Enrique Espinosa Fernández.

aquello a que se refiere nuestro saber, sea éste científico o no lo sea.

A la luz de estas nociones, veamos cómo la lectura puede afirmar la tácita conciencia habitual de nuestra realidad propia —sea en cuya virtud, sin pensar en ello, vivimos reposando en lo que somos—, y consideremos rápidamente, desde este punto de vista, tres de las posibilidades vitales que el acto de leer nos ofrece: la risa, el asentamiento y la discrepancia.

Hay lecturas que nos hacen reír; nada más obvio. Pero, allende tal obviedad, no entenderemos bien lo que acontece en la existencia del que ríe si no distinguimos dos realidades psicológicas, la de la “risa con” y la de la “risa de”. Diciendo “me río *con* las ocurrencias de Fulano”, estoy afirmando que esas ocurrencias me divierten, e indirectamente que estimo a Fulano y le agradezco el favor de hacérmelas oír. Diciendo, en cambio, “me río *de* las ocurrencias de Zutano”, lo que estoy expresando es que las desprecio y que en alguna medida desprecio también la persona de su autor; actitudes ambas que proceden de una tácita e inconsciente estimación orgullosa de lo que yo soy y hago respecto de lo que Zutano es y hace; en definitiva, de una tácita e inconsciente convicción, acaso errónea, acerca del valor de lo que yo realmente soy. Debo concluir, pues, que cuando un hombre se ríe de algo o de alguien, lo que hace es afirmar inconscientemente —acaso con injusticia, acaso con crueldad— su creencia en la valía de su persona y en la superioridad de ella respecto de ese algo o de ese alguien, y esto es lo que en nosotros realmente sucede cuando el texto leído nos incita más bien a “reírnos de” que a “reírnos con”. En tal caso, la risa lectiva nos autoafirma en el “yo mismo” que somos; más exactamente, en el “yo mismo” que creemos ser.

Más noble que la autoafirmación expresada por la risa es en principio la que manifiestan el asentamiento y la discrepancia. Asintiendo íntimamente a lo que leo, hago mía la opinión leída, y mi acto de asentir me confirma en lo que ya era yo, me autoafirma; enérgica y gustosamente puedo seguir y sigo siendo lo que soy. Discrepando libremente de lo que leo, el ejercicio de mi libertad

me afirma con renovada fuerza —esa fuerza de cohesión intrapsíquica que revela el acto de decir “no” frente a lo que no es uno mismo— en mi idea y mi creencia de lo que realmente soy. El asentamiento y la discrepancia de un lector ante lo que lee, en suma, son ocasión para que la respuesta íntima a la interrogación por su realidad personal —“¿Qué soy yo?”— pueda ser expresada con estas rotundas palabras: “Yo soy el que era, yo sigo siendo yo mismo”.

Pero el hombre sólo puede ser y es de hecho “él mismo”, aunque fanáticamente blasone de ser hombre de una pieza, realizándose de muy diversos modos; siendo en consecuencia lo que una vieja sentencia latina afirma: *idem sed aliter*, el mismo, pero de otro modo. Nada lo pone tan claramente de manifiesto como la aficionada entrega a ciertas lecturas, si nos tomamos la molestia de indagar con alguna sensibilidad lo que con ellas acontece en el alma del lector.

Hablaba yo antes del regalo de mundo y de compañía que con tanta frecuencia nos hace la lectura, e ilustré mi aserto con argumentos de razón y de hecho. El goce de nuevos mundos y la vivencia de compañía inédita son, sin embargo, algo más que un simple “estar en” el bosque que el libro me presenta y un mero “estar con” el San Agustín, el Don Quijote o el Napoleón que el libro me ofrece, como si después de haberlo leído yo fuese exactamente lo mismo que antes de leerlo. Es decir: como si la experiencia lectiva, además de enriquecerme poco o mucho, no hubiese modificado poco o mucho mi realidad. No es esto lo que sucede. La descripción del bosque nunca por mí visto despierta en mí la mínima y latente vocación de explorador o de viajero que en mí había, y fugaz e imaginativamente me hacen ser de otro modo sin dejar de ser yo mismo, como la lectura de las *Confesiones* de San Agustín me agustiniza, me convierte fugaz e imaginativamente un imitador de San Agustín, o me antiagustiniza, hace de mí un negador de toda efusión confesional, y la del *Quijote* me quijotiza o me antiquijotiza, y la de una biografía de Napoleón me acerca a Napoleón o me enfrenta con él. Leyendo, voy siendo dentro de mí todo lo que imagina-

Comunicación

54



COMUNICACIÓN Y RELACIONES INTERNACIONALES
LA INFORMACIÓN EN AMÉRICA LATINA
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

GILLO DORFLES □ UMBERTO ECO □ PAUL COUVREUR

No. 54 (diciembre, 79)

Televisión y videoarte. Simposio de Oaxtepec. Las noticias internacionales para Latinoamérica. Relaciones entre la publicidad y la propaganda. Naturaleza y función de la comunicación de masas. Entrevista a **Guillermo Michol**. El perro y el caballo (parábola semiótica). En el mundo de la comunicación. **Gillo Dorfles**. **John T. McNolly**. **Fernando Reyes Matla**. **Jean Paul Gouwerich**. **Charles R. Wright**. **Umberto Eco**. **Alberto Sauret**.

Comunicación

55



COMUNICACIÓN Y DESARROLLO DE LA COMUNIDAD
LAS CULTURAS Y EL COLOR

LUIS ACUÑA □ LUIS RAMIRO BELTRÁN □ REGINALD A. CLIFFORD

No. 55 (enero, 80)

Comunicación y comunidades rurales. Modernización y desarrollo de la comunidad. Caracterización y definición del receptor rural. Comunicación participativa y educación popular. Las culturas y el color. Tema y significado en la lengua. La teoría y la investigación, hoy, en América Latina. **Luis Ramiro Beltrán**. **Majid Tehranian**. **Mo. Luisa Acuña**. **Sergio Espinoza**. **Alberto Hernández**. **Josefina Vilar**. **Reginald A. Clifford**. **Valentin N. Voloshinov**.

tivamente puedo ser y toco el límite de lo que por falta de talento o de imaginación no puedo ser. Sigo siendo el mismo, sí, pero no lo mismo, y compruebo en mí lo que del alma humana decían los antiguos: que por obra del conocer —en este caso, del leer es de algún modo todas las cosas.

Pero la realidad plenaria de los actos de ser de otro modo a que la lectura nos mueve sólo puede ser descubierta teniendo en cuenta que, para el hombre, todo “ser de otro modo” es “ser menos hombre” o “ser más hombre”. Expresiones estas que requieren breve exégesis.

Afirmar que la excelencia de un caballo en alguna de sus cualidades —velocidad, traza, vigor, arrogancia, etc.— le hace ser “más caballo”, carece enteramente de sentido. En la línea de la cualidad en que descuella, esa excelencia le hace ser, sí, “mejor caballo”, no “más caballo”. Muy otro es el caso en los individuos de la especie humana. Como dice Zubiri, el hombre es esencia abierta, y tanto a lo que hay como a lo que puede haber. Mediante su libertad y su inteligencia va realizando sin límite conocido, perfecta o defectivamente, lo que por ser hombre es; y esto determina que en su realización biográfica e histórica pueda ser no sólo “mejor hombre” o “peor hombre”, también “más hombre” (cuando de modo más perfecto realiza lo que humanamente es) o “menos hombre” (cuando, pudiendo hacer lo contrario, malogra o deteriora las posibilidades reales de su inteligencia y su libertad). Con su vida y su obra, Francisco de Asís y Alberto Einstein nos han permitido ser más hombres a quienes tras ellos vivimos, y en la serie de las sucesivas especies del género *Homo erectus*, —*Homo habilis*, etc.— la hominidad va siendo más profunda y más efectivamente real. Tal es la razón por la cual Nietzsche pudo hablar de la posibilidad de un “superhombre” y Quevedo inventar el verbo “deshombrecerse”. “Él (el hombre) la llama razón, mas tan sólo la emplea para ser más bestial que cualquier bestia sea”, dice, en nuestro romance, un punzante dístico goethiano, acaso el más adecuado para describir la conducta de quienes en el horizonte de sus posibi-

lidades incluyen el desencadenamiento de una guerra nuclear. Cierto: cuando sin dejar de ser yo mismo soy de otro modo, soy a la vez mejor hombre o peor hombre y más hombre o menos hombre.

Por dos vías principales puede el hombre “ser más”: el saber y la generosidad. Soy más sabiendo más de mí mismo y del mundo, y utilizando mi saber —sea éste filosófico, poético o científico— para ser más dueño de mí mismo y del mundo. Soy más, por otro lado, realizándome más generosamente, según los dos sentidos principales de la generosidad, la voluntad de hacer lo más importante entre todo lo que uno pueda hacer, y la práctica de tratar a los demás mirando tanto lo que sea en ellos mejor como lo que en ellos parezca ser más menesteroso. Por la vía del saber y de la generosidad fueron “más hombres”, cada uno en su grado y a su modo, Francisco de Asís y Alberto Einstein.

Dicho lo cual, el papel de la lectura en la realización del empeño de “ser más” salta a la vista. Leyendo, el hombre se afirma en lo que es, atisba lo que puede y debe ser, va siendo de modos distintos y se hace, en definitiva, más él mismo y más hombre, porque la lectura es el acto en cuya virtud entramos en comercio visual con la palabra, y la palabra es el cauce por el cual —modificaré zubirianamente una célebre sentencia de Heidegger— la realidad se nos hace ser. Escribió Rilke a uno de sus amigos: “Nuestra tarea es acuñar en nosotros esta tierra provisional y perecedera, y hacerlo tan profunda, dolorida y apasionadamente, que su esencia resucite en nosotros de modo invisible. Somos las abejas de lo invisible. Apresamos afanosamente la miel de lo que se ve para acumularla en la gran colmena áurea de lo que no se ve”. No contrariaría a Rilke oír, como remate de su hermosa metáfora, que en la palabra tiene su más elemental celdilla esa dorada e invisible colmena, que la lectura es el principal recurso para la construcción del panal y que el regalo de mundo y de compañía, la suscitación de libertad y la generosa y esclarecedora conquista de las tres máximas metas de nuestra vida personal —ser yo mismo, ser de otro modo y ser más— son los materiales que fundamentalmente la componen.

Comunicación

56



EL LENGUAJE EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO
COMUNICACIÓN PERSUASIVA
RIESGOS DE LA INFORMÁTICA

LUIS ALBARRÁN □ JAVIER L. FRIGOLATO □ JAVIER ESTEINOU

No. 56 (febrero, 80)

El emisor de comunicación persuasiva. El lenguaje en la sociedad de consumo. Niveles comunicativos. Cambio sin regreso. El sexo en la comunicación social. Clásicos de la comunicación: Para una semiología de la imagen. El estudio totalizador de la comunicación de masas. En el mundo de la comunicación. **Eduardo García Gaspar. Juan Nieto. Luis Albarrán. Ola Svenson. Mario L. Erbolato. Georges Mounin. Javier Esteinou. Antonio Lascuráin. Myriam Helgado**

Comunicación

57



LA MÚSICA Y EL CINE
LA "MISE EN SCENE" EN VISCONTI Y FELLINI
MENSAJES RETÓRICOS Y ESTEREOTIPOS

OSCAR DEL PUERTO □ ANA ESTEBAN VIVIANO

No. 57 (marzo, 80)

Semiótica del cine. Cine y educación: Motivador de aprendizaje. Imágenes y música de filmes. Cine y sociedad. La “mise en scene” en el cine de Visconti y Fellini. El actor en el filme. Documentos: Mensajes retóricos, estereotipos dominantes. **Yuri Lotman. Norma González Ehrlich. Gerard Blanchard. Della Selene de Dios de Puente. Armando Partida. V. I. Pudovkin. Alicia Poloniato. Antonio Lascuráin. Portada e ilustraciones de Susana Sierra.**