

(Notas exploratorias)

**Luis
melgar
brizuela**

EL SUBARTE Y LA SUBLITERATURA EN EL SALVADOR

El Monstruo del Sub-Arte en la Dominación Cultural.

El concepto de cultura ha sido redefinido en la actualidad. Las teorías idealistas tradicionales la separaban de su base material y la explicaban como un producto espiritual proveniente de las élites intelectuales, artísticas o de poder. Pero, con el surgimiento de las sociedades urbanas altamente industrializadas, llamadas también sociedades de consumo, y gracias, en buena medida, a los avances de las ciencias humanas, sobre todo de la Antropología y de la Ciencia de la Comunicación, esa concepción idealista ha caído en la más evidente obsolescencia. Mientras antes el término cultura se aplicaba, según señala Daniel Bell,¹ al refinamiento intelectual y moral y al gusto artístico elevado, hoy se emplea para designar "los códigos de conducta de un grupo o de un pueblo". Ningún teórico serio pone en duda el carácter superestructural, sociohistórico, de la cultura; ni deja de reconocer al proceso de producción de bienes materiales como la base y la fuente del progreso cultural y de los valores llamados espirituales.

Yendo más adentro en la naturaleza de la cultura, encontramos, según la tesis marxista, que se trata de un producto de la lucha de clases, cuyo usufructo y manejo responde a las necesidades de las clases dominantes, si se la considera a nivel interno; y de los países dominantes, si se la considera a nivel externo. Así como la dominación económica implica la apropiación de una parte importante del excedente económico, la dominación cultural, derivada

de aquella, implica el condicionamiento, el control y la manipulación de los bienes culturales por parte de las clases dominantes, en beneficio propio y en función del mantenimiento del poder.

Cada clase social tiene una concepción propia del mundo, de la sociedad y del hombre, acorde a sus intereses. Para que esa concepción predomine y se mantenga, debe imponerla a toda la sociedad, so pena de perder el poder económico y el político. De ahí que la dominación cultural, entendida en su más amplio sentido como la imposición de la ideología y de los valores propios a las demás clases sociales, sea un factor decisivo en el mantenimiento de la dominación económica. Es por ello que las minorías dominantes tratan de ejercer el más amplio control sobre las instituciones y medios de transmisión de la cultura: la escuela, la iglesia y la comunicación masiva.

La sociedad moderna altamente industrializada y aun la que se encuentra en vías de industrialización, han creado, como resultante de su economía de consumo, la "cultura de masas", fenómeno dentro del cual se reconoce claramente la determinante económica y en cuyo desarrollo han jugado una función decisiva el subarte y la subliteratura.

Según A. Mattelart² la cultura de masas está

1. Bell, Daniel. "Modernidad y Sociedad de Masas" en **La Industria de la Cultura**. Madrid: Alberto Corazón, ed., 1969
2. Mattelart, Armand; "La Cultura como empresa multinacional". Buenos Aires: Era, 1974



constituida por los productos culturales que se transmiten a través de los medios masivos de comunicación y que, además, abarcan todo el conjunto de signos y símbolos reveladores, y modelos de aspiraciones y de relaciones sociales que forman parte de la vida cotidiana del hombre.

Pero, aparte de su rol informativo, formativo-deformativo e ideologizante, esos productos culturales cumplen en el mundo capitalista moderno, un rol puramente económico: son una verdadera industria, la industria de la cultura. Y es justamente en su doble carácter de producto económico y cultural, donde la tesis marxista de la interrelación base económica-superestructura cobra toda su validez.

Ahora bien, la masificación de la cultura, en tanto instrumento de dominación ideológica y de manipulación de la conciencia colectiva, tiene que ser, desde el punto de vista capitalista, alienante; o sea, impedir que el hombre se reconozca en ella, así como es alienante el proceso de producción de bienes materiales. ¿Cómo impedir que el hombre moderno, teniendo tan a la mano las posibilidades de conocimiento y de información científicos, se vea a sí mismo, se descubra como pieza y factor de una situación socioeconómica y de unas relaciones sociales de producción? — El modo de impedirlo es el “divertimiento”, la venta bajo precio de ilusiones y de sueños, la estimulación continua de emociones y de sentimentalismos fáciles de aflorar, que cumplan el doble papel de hacer olvidar la explotación sufrida en el trabajo y de obnubilar la imposición ideológico-cultural ejercida por las minorías dominantes. Y ese “divertimiento” se encuentra en el arte; pero no en el arte elevado, que exige formación estética e intelectual previas, sino en un arte sim-

plista. De este arte había que tomar y hacer preponderar la función lúdica —connatural al arte— y vehicular a través de ella todo el bagaje de sueños, diversiones y sentimentalismos que compensen por la situación real de explotación en que vive el trabajador. He ahí el subarte.

De este modo, el subarte se ha convertido, a ritmo del avance tecnológico y comunicativo del siglo XX, en un verdadero monstruo, en un arma altamente eficaz de alcances multitudinarios.

Cuando llamamos “monstruo” al subarte, lo hacemos en un doble sentido: por su enorme difusión masiva (criterio cuantitativo) y por su naturaleza deformada en relación al verdadero arte (criterio cualitativo). O sea, porque a través de su doble función de producto comercial y de producto ideológico, “devora” al arte auténtico, reduciéndolo a las élites intelectuales, y “devora” a la conciencia colectiva, castrando el gusto y la creatividad del hombre común y corriente.

Aunque este fenómeno es típico de todos los países inscritos en la órbita capitalista, dominantes y dominados, asume, por supuesto, características muy particulares en cada formación social. Evidentemente, los efectos del subarte no pueden ser los mismos en un país hegemónico, como Estados Unidos, que en un país totalmente dependiente, como El Salvador; ni se da del mismo modo en todos los países dependientes, ya que de uno a otro varían sensiblemente los factores de aceptación o de rechazo, según sus específicas circunstancias socioeconómicas y según sus propias tradiciones culturales. Así, en Perú han sido prohibidos por la censura oficial los programas “Plaza Sésamo”, “Papá Corazón” y

camente a cada país, en el entendido —como ya antes apuntamos— de que si bien reviste algunas características comunes en todos los países dependientes, también varía considerablemente de unos a otros.

Por ello hemos creído necesario elaborar estas notas exploratorias en relación a la subliteratura en El Salvador, sin otra pretensión que la de esbozar el problema, conscientes de que para un estudio válido hace falta mucho más que esta inicial presentación de un esquema de trabajo. Sabemos que hay que echar mano de estadísticas, ir al sondeo, a la experimentación muestral, al análisis cuantitativo y cualitativo de los productos mismos. Es una tarea que queda pendiente, y que esperamos cumplir con la participación de otras personas interesadas en el estudio y la divulgación de tan importante problemática.

otros, que sin ningún reparo se presentan en las televisoras de otros países latinoamericanos.

El problema de la cultura de masas y del subarte que engendra, ha sido objeto de numerosos y amplios estudios en los últimos años, sobre todo en los países donde ha adquirido mayores proporciones, es decir, en los industrializados. Más recientemente, también en los países dependientes se ha cobrado conciencia respecto a la indeclinable responsabilidad de enfrentar, tanto al nivel de la teoría como de la praxis social, este hecho tan evidente y real como una montaña: mientras no podamos atacar y reducir significativamente la dominación ideológico-cultural y la de nacionalización que se nos impone a través de la comunicación masiva y del subarte, serán vanos los esfuerzos por lograr cambios radicales en la estructura social de nuestros países. El caso de Chile es una clara lección.

La sociología latinoamericana había venido descuidando este campo de su problemática. En los congresos casi no se lo trataba, porque se daba toda preponderancia a lo económico. Actualmente, en forma notoria, los sociólogos, los antropólogos, los humanistas, los artistas mismos, vuelven sus ojos hacia el monstruo que lleva ya tanto tiempo de convivir con nosotros, y de roernos la conciencia y la disposición de lucha.

De ahí que este tema, si bien ha sido ya estudiado brillantemente por autores de primera como Mattelart, Dorffman, Verón, Sánchez Vásquez, Camacho, Assman, etc. siga teniendo gran actualidad. Y algo más: debe ser concretado, aplicado específi-

El Sub-Arte o Arte de masas.

El Sub-Arte es el arte de masas o pseudo-arte típico de la sociedad capitalista de consumo. Como veremos en seguida, se opone sustancialmente al verdadero arte y presenta una serie de rasgos y cualidades que permiten tipificarlo como el más eficaz instrumento de la dominación ideológico-cultural y de la alienación.

Adolfo Sánchez Vásquez, en su estudio sobre "El Arte de Masas",³ define con envidiable claridad la naturaleza, el condicionamiento económico e ideológico y las cualidades particulares del sub-arte. En síntesis, este autor puntualiza:

El principio de la propiedad privada, fundamento esencial del sistema capitalista, es por sí mismo contrario a la función social del arte; pero gracias al desarrollo tecnológico y al incremento de los medios de comunicación masiva, el derecho de uso sobre la propiedad artística permite una "función social" que es asimilada por el sistema: consumo público para elevados beneficios de los productos del arte destinado a la masa. Pero esa "función social" se vuelve contra la sociedad.

El subproducto artístico se estandariza, ya que este arte de masas se organiza como una industria, comercialmente. Lo estético y lo ideológico quedan supeditados a la ley de la "plus valía". Para esa obtención de máxima ganancia, el producto de subarte necesita estandarizar los "gustos", las exi-

3 Sánchez Vásquez, A.; "El Arte de Masas", ESTÉTICA Y MARXISMO", Tomo II, México: Era, 1970.

gencias del público consumidor. Se alega que son las exigencias de éste las que condicionan la baja calidad del producto. Pero es al revés: las necesidades estéticas del público son inducidas, manipuladas, "estandarizadas" por los publicistas, comunicadores e ideólogos, quienes conocen cómo llegar a la mente del hombre-masa, cómo uniformar su gusto hacia lo fácil, hacia la diversión barata, hacia la oquedad espiritual, para presionarlo a consumir, sin conflictos, el producto elaborado.

Por tanto, el arte de masas incrementa la cosificación, la despersonalización del hombre de la sociedad industrial. Pero ello no es visto como un mal por el sistema, puesto que necesita de esa cosificación para su sostenimiento y reproducción.

Naim Nomez, en su breve artículo "La Historieta en el proceso de cambio social",⁴ referido al caso de Chile durante el gobierno de la Unidad Popular, destaca que los medios de comunicación social al servicio de la burguesía "fabrican" cultura para el pueblo, simple kitsch o burdo andamiaje de sensiblería y pseudo-arte, y que el factor de mayor arraigo de ese pseudo-arte en la conciencia colectiva, es el concepto de "entretención".

Es demasiada la gente (obviamente inducida por el sistema) que ve y espera del arte (de todo arte) únicamente eso: entretención, pasatiempo, ocio agradable. Lejos de su entendimiento que el arte pueda ser vehículo de concientización o instrumento de autoconocimiento. Ni pensar que el consumo del buen arte haga superior al hombre, le eleve el intelecto, la imaginación y la sensibilidad. Nada de eso. Si leen un libro, van al cine, encienden el televisor o asisten a un espectáculo, no esperan ni desean otra cosa que entretenimiento. Es el "that entertainment" con que los norteamericanos designan al cine, versión moderna del "panem et circenses" con que los comunicadores del imperio romano adormecían a la ciudadanía de la época para que no advirtiese su camino hacia la destrucción. Así, para un hombre-masa de la sociedad capitalista actual, asistir a un partido de fútbol o a una película, es una respuesta a la búsqueda de emociones simplistas, y por ello se convierten en éxitos de taquilla o en "best-sellers" aquellas obras en que prima la espectacularidad, como en los partidos de fútbol: "Tiburón", "El Exorcista", "Terremoto", "Infierno en la Torre". Se buscan, y aun se exigen emociones fuertes pero fáciles: lo truculento. Y, por ende, se rechaza el arte problematizador, el que supone trabajo intelectual o implica un soltar la imaginación creadora del espectador o lector. Entonces, se acusa a los poetas, pintores, cineastas y dramaturgos modernos, de "raros", "excéntricos", "complicados" sin causa ni propósito. Porque los códigos del gusto han sido efi-

cazmente impuestos y el hombre-masa es incapaz de rebelarse contra ellos, de romper con el esquema o el cliché que día a día le han ido conformando los medios masivos de comunicación.

Las formas más importantes del subarte son el cine comercial, las series de televisión, la telenovela, la radionovela, la fotonovela, las tiras cómicas, los relatos (novelas y cuentos) de aventuras, policíacos, sentimentales o rosa; la canción popular; el vodevil o comedia picaresca rayana en lo pomográfico, y muchas de las secciones de la prensa escrita (periódicos y revistas).

Toda esta ingente producción, que abarca los más diversos géneros, presenta algunos distintivos comunes, tales como:

- 1) Bajo nivel de creatividad; repetición de esquemas, muchas veces extraídos de obras de gran éxito comercial.
- 2) Escaso juego imaginativo y técnico, es decir, uso pobre de los códigos y de las estructuras del género correspondiente.
- 3) Contenidos temáticos, culturales y humanos de la más baja calidad: argumentos cursis, textos literariamente insulsos y carentes de estilo propio, ningún ahondamiento en los valores humanos, simplismo en las soluciones.
- 4) Imposición de símbolos y mitos de fácil universalidad, en consonancia con una visión abstracta, ahistórica y acrítica del mundo.
- 5) Desconocimiento (intencional) de la problemática real y específica de cada país o formación social: los hechos y conflictos se presentan como fenómenos aislados, ajenos a una estructura social y a un momento histórico determinado.
- 6) Estimulación de la emotividad más rampolna y barata; uso continuo de lo truculento: violencia, desviaciones sexuales, desmesura en el afán de poder y de riquezas.
- 7) Deformación de la realidad: ocultamiento total de los conflictos reales que vive la sociedad; presentación superficial de otros conflictos secundarios y propuestas de falsa solución.

⁴ Nomez, Naim; "La Historieta en el proceso de cambio social", en "Comunicación y Cultura, No. 2: La Comunicación masiva en el proceso político y latinoamericano. Buenos Aires: Galería, 1974.

Combinadas todas estas características en los subproductos artísticos, se tiene en ellos un excelente medio de dominación cultural, de desnacionalización, de alienación. Aparte de que constituyen un pingüe negocio multinacional, fomentan eficazmente la reproducción del hombre-masa, del individuo acrítico. A través de su internacionalidad, de su ahistoricismo y de su simplismo, impiden el desarrollo del sentido crítico y el encuentro de la propia idiosincracia y de la identidad nacional de cada pueblo.

En virtud de su potencial deformador, castran la capacidad artística de la persona, uniformando los gustos e imponiendo necesidades irreales, fomentando la mentalidad de consumo y reproduciendo modelos de vida y de conducta propicios para el mantenimiento del sistema.

Muy hábilmente, los productores de subarte saben renovarse en sus formas, no en sus contenidos: asimilan del arte elevado algunas conquistas técnicas y estructurales. Así, la canción popular es capaz de asumir la juvenilidad, el desenfado y la

ruptura técnica de la canción de protesta o de denuncia; o de hacer suyos algunos elementos del folklore. La moda vestimentaria, en una demostración de extrema capacidad de asimilación, fue capaz de hacer suyos algunos símbolos anti-sistema, como la efigie del Ché Guevara o el puño cerrado del "Black Power". De ese modo, priva a tales símbolos de su aparente valor revolucionario y los deja a nivel de un elemento decorativo "snob", tornándolos por completo inofensivos.

Resulta, por tanto, que el subarte es además parásita: se nutre del verdadero arte, de las innovaciones del saber científico y tecnológico y de los cambios en el gusto estético. Pero toma de ellos lo más superficial, impidiendo que trascienda su significación profunda. Por ello mismo, aun cuando a veces logre manejos interesantes y hábiles de sus propios códigos, no llega en ningún momento a ser un arte elevado, dada su mediatización, su deformación intrínseca. En relación al arte auténtico, el subarte puede ser contrapuesto así:

OBRA DE ARTE AUTENTICO	OBRA DE SUBARTE
- Humaniza; estimula la creatividad del consumidor.	Aliena; atrofia la creatividad; cosifica.
- Eleva en el conocimiento de la persona y de la sociedad al penetrar en la realidad a través de la imaginación, libremente.	Masifica, adocena; impide la penetración en la realidad por cuanto sus contenidos son pobres intelectual e imaginativamente.
- Permite adentrarse en los conflictos humanos-sociales en una perspectiva histórica; por tanto, hace ver soluciones.	Aborda los problemas humanos sociales en aspectos secundarios; propone soluciones falsas.
- Hace participar al consumidor y le concede margen para la satisfacción de sus propias necesidades estéticas.	Al estandarizar las necesidades del consumidor con el fin de estandarizar el producto, masifica y cosifica a la persona.

La Subliteratura

El novelista y ensayista español Francisco Ayala, uno de los actualmente más prestigiados de su país, en un cuento-ensayo, "El Colega Desconocido",⁵ de su libro de relatos "Historia de Macacos", plantea una preocupación que por largos años lo ha acompañado en su carrera literaria: la de la subliteratura. La plantea en dos aspectos básicos: a) los escritores de alta categoría, productores de obras que circulan en las élites internacionales y que acceden a premios de prestigio universal, desconocen a muchos colegas suyos: los autores de literatura comercial. Los desconocen, ya sea porque pertenecen a mundos intelectuales y axiológicos diferentes o simplemente porque no quieren enterarse de esa

otra realidad de la literatura: la de la producción-consumo masivo; b) el carácter de arte y de literatura que, en rigor, pueda concederse a tales obras, independientemente de su éxito de librería.

El problema ha sido planteado por diversos teóricos y escritores. Según cita Christine Wischmann en su artículo "¿La literatura de masas reemplaza al escritor?"⁶ fue nada menos que Bertolt Brecht, alto exponente del realismo social de nuestro siglo, quien llegó a afirmar: "Nosotros somos es-

5 Ayala, Francisco; "El Colega desconocido", en "HISTORIA DE MACACOS". Barcelona: Seix Barral 1972.

6 Wischmann, Christine; "La Literatura de masas reemplaza al escritor"; Revista ABRA No. 5, Depto. de Letras de la U.C.A., Agosto de 1975.

critores idealistas; la Courths Mahler (una "Corín Tellado" alemana) es la gran realista". Con lo que el dramaturgo alemán implicaba que esta autora de novelas baratas había sabido "llegar" al público, mientras que los escritores de alto vuelo eran incapaces de hacerse consumir, de convertirse en los grandes comunicadores en relación a las mayorías.

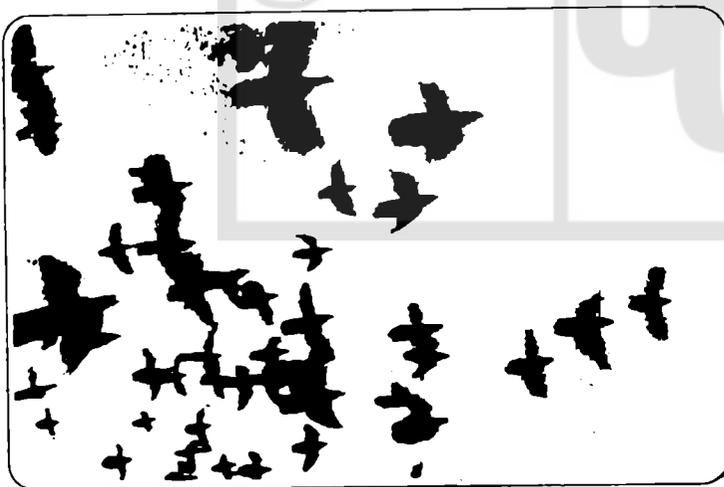
La misma autora, en el citado artículo, da estos datos: En México se venden mensualmente 30 millones de historietas. En Alemania occidental, uno de los países más civilizados del mundo, se venden también 24 millones de novelas triviales al mes. "En ambos países —añade— la tirada de una novela considerada como obra de arte oscila entre los 3 mil y los 5 mil ejemplares". Y, con la mención de estas cifras, se propone demostrar que el consumo masivo de la subliteratura no depende del nivel cultural o del grado de desarrollo económico de un país, sino "del hecho de que tanto aquí como allí el escritor ya no responde a las necesidades del pueblo".

Aunque no estamos en completo acuerdo con la conclusión de la Wischmann, creemos que el fenómeno en sí queda claramente planteado a través de las cifras y de la comparación. En cambio, no nos parece bien que el agudo y viejo debate de si es el escritor quien debe descender a las exigencias del gran público o éste subir a la calidad de aquél, se resuelva con la categórica y simplista afirmación de que los escritores actuales no responden a las necesidades del pueblo. Muy cierto puede ser que un obrero nuestro o una empleada de almacén sean incapaces de entender a Vargas Llosa o a García Márquez y, por tanto, prefieran historietas cómicas o novelas del Oeste; pero no por ello podremos negar que la obra de estos escritores latinoamericanos responda a

las necesidades profundas (aunque no manifiestas ni conscientes) del hombre latinoamericano. Claro que si nuestros obreros, empleados y campesinos. NECESITAN leer a sus grandes escritores; pero el sistema les ha impuesto, les ha reducido a otras necesidades, derivadas de la castración intelectual y estética; y siendo castrados espiritualmente, no necesitan de la alta literatura, sino de la subliteratura, del "divertimiento" alienante, igual que un paralítico no necesita practicar deportes sino juegos de mesa. Pero volvamos al hecho de la presencia masiva de la subliteratura.

Mientras para alcanzar un tiraje de 90 mil ejemplares, "La Ciudad y los Perros" de Vargas Llosa necesitó siete ediciones consecutivas, una novela de Corín Tellado, por ejemplo "Tu-Orgullo nos separa", publicada en la Revista "VANIDADES — Continental", No. 26, de 1974, logra de una sola vez un volumen de 635 mil ejemplares, sin contar con la posibilidad de que luego haya sido o sea convertida en fotonovela con un tiraje más o menos igual. Las comparaciones pueden continuar: es cierto que "La Cándida Eréndira. . ." de García Márquez alcanzó en su primera edición una tirada de 100 mil ejemplares, garantizada por el éxito rotundo de su anterior "Cien Años. . ." y por la seguridad de venta que el nombre mismo del autor ha llegado a implicar. Pero, ¿qué competencia de consumo puede tener esta obra con cualquiera pieza de subliteratura que se publique en "Selecciones" del Reader's Digest, si ésta se edita en 13 idiomas y en una cantidad aproximada de 30 millones de ejemplares al mes? Sería ocioso continuar las comparaciones. . . .

Ahora bien, ¿qué es la subliteratura? ¿a qué debe su éxito de librería? ¿en qué sentido responde



a las “necesidades” del gran público? ¿Cuáles son sus géneros y medios principales de difusión?

Si hemos de ser congruentes con nuestros puntos de vista anteriores, la subliteratura es simplemente la literatura de masas, un género del subarte en que se dan, con variantes propias, las características y contenidos ya señalados. Pero con ello no estamos diciendo nada nuevo.

Comencemos, pues, por puntualizar un poco más la cuestión: ¿qué es lo que tipifica a la subliteratura; qué la diferencia de los demás géneros del sub-arte? ¿Hay en ella elementos, valores que en sentido estricto deban ser considerados “literarios”?

Para una respuesta tan objetiva como nos sea posible, examinemos brevemente sus códigos:

1) Está construída exclusivamente sobre el lenguaje, es decir, en un determinado idioma. Su código es, estrictamente hablando, el lingüístico. En tal virtud, quedarían excluidas del concepto de subliteratura, las historietas cómicas y las fotonovelas. (Luego volveremos sobre esto).

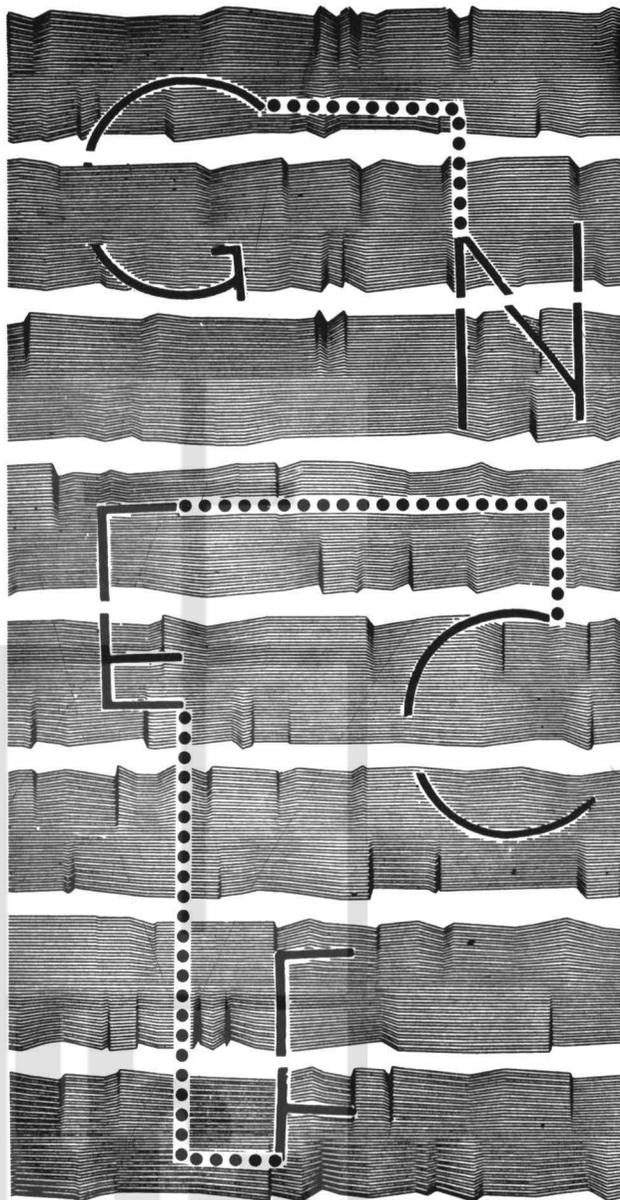
2) Dentro de su código lingüístico, el sistema de relaciones predominante no es el metafórico (típico de la poesía), sino el del relato: se trata de narraciones: cuento, novela, crónica de aventuras.

3) En tanto relatos, son ficción o crónicas estructuradas, en las que encontramos los elementos típicos del relato literario: uno o más sucesos, personajes (caracterizados o no según se trate de una novela o de un cuento), ambientación, ubicación del narrador, inserción en un espacio-tiempo.

4) En cuanto a contenidos estéticos, suscitan el suspenso, la tensión, la sorpresa; estimulan —casi siempre— emociones fuertes, truculentas, a veces con espectacularidad. Si se trata de hechos reales (crónica o reportaje) se los estructura en el relato de modo tal que resalte toda su espectacularidad y se produzca el impacto deseado.

5) Dentro de un análisis estructural más riguroso y formal, pueden aplicárseles los diversos modelos que se emplean para obras narrativas de alta calidad. Por ejemplo, muchos de los cuentos o novelas sentimentales o rosas, pueden ser descodificados —en tanto relatos— según el modelo triádico de Propp: Seducción-Posesión; y la mayoría de las narraciones policíacas, de tensión predominantemente intelectual, responden a la tríade: Desconocido-Co-

En síntesis, los códigos de la subliteratura son



esencialmente los mismos que los de la literatura narrativa culta. La diferencia estriba, por un lado, en el manejo de esos códigos, en la calidad técnica y estilística con que se los emplea dentro del puro juego idiomático; y por otro —más importante aún— en la función referencial y connotacional de sus contenidos: tema, asunto, argumento, personajes, sucesos, ambientación, en función de: la realidad social, la naturaleza humana, los valores ideológicos, los sistemas de símbolos y representaciones, las esferas de la superestructura. Es en esta relación donde la subliteratura pierde todo peso, se vuelve sosa, evasiva, vacua; porque no establece una relación ni real ni profunda, sino superficial y deformada.

Además, la subliteratura, por su planificada intencionalidad, cae en una especie de neutralidad temática, referencial e idiomática. Temática, porque sus temas, asuntos y argumentos no nacen de la conflictividad real de una determinada formación social. Con un abstraccionismo idealista, se coloca por encima de cualquier país, de cualquier contexto humano concreto e, incluso, de cualquier momento histórico determinado. Resulta entonces una ficción carente de vida: por eso se refugia en la truculencia. Referencial, porque no alude a seres, hechos o circunstancias verídicas y, a veces, ni siquiera verosímiles. Sus personajes son esquemáticos, de cliché, no encuentran respaldo en tipos humanos verdaderos. Sus hechos y sus soluciones, tampoco. Idiomática, porque, dada la multinacionalidad de su mercado, evita el idiolecto, la construcción lingüística concreta propia de un país o de una región; y, si bien este elemento no es indispensable en la narrativa, el evitarlo planificadamente lo vuelve frío, le resta vitalidad y posibilidades de expresión.

Los medios más comunes de difusión de la sub-literatura son tres: el libro de bolsillo, la revista popular (sobre todo la femenina ilustrada) y el periódico.

El libro de bolsillo es la forma normal de difundir la novela de subliteratura: novela rosa, policíaca, de aventuras del oeste, pornográfica, de misterio, de fantaciencia (que, a veces, es literatura legítima), etc. Es raro encontrar libros de cuentos dentro de estos géneros subliterarios, salvo en el caso de la pornografía puramente escrita, que en nuestros países tiene escasísima circulación.

En la revista popular encuentran cabida la novela breve, de los diversos tipos señalados, y el cuento. Se dan, además, varias otras lecturas, que, en un sentido amplio, podrían caer dentro de la subliteratura. Lo mismo podemos decir respecto a los periódicos, que, sobre todo en sus ediciones sabatinas o dominicales, publican productos que podríamos

incluir bajo tal denominación.

Finalmente, debemos considerar dos géneros de gran importancia dentro del subarte actual: la historieta cómica y la fotonovela. En sentido riguroso, como ya hemos indicado, no son subliteratura, puesto que se construyen sobre dos códigos: el lingüístico y el iconográfico. Pero en vista de sus conexiones y puntos de fusión con la literatura de masas, creemos necesario referirnos brevemente a ellos, sobre todo para destacar un fenómeno que atañe tanto a la subliteratura como al arte y a la cultura de masas: el recurso visual.

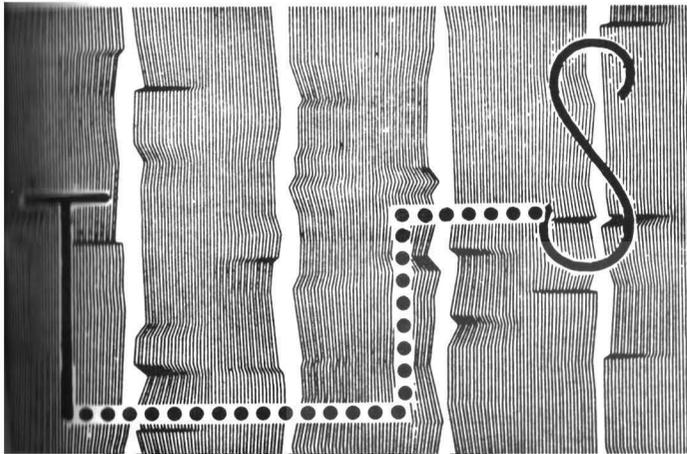
Daniel Bell,⁷ reproduce el testimonio de Stuart Hughes, quien basado a su vez en las observaciones de Henry Adams, anota que “en 1800 los E.U. poseían un aparato cultural limitado casi exclusivamente a la teología, a la literatura y a la oratoria; el reino de las artes visuales y del consumo a nivel de los sentidos, era prácticamente inexistente. Hoy, el modo de ver predominante, es visual. Los que organizan el mundo estético y gobiernan al público son la vista y el sonido; pero especialmente la vista. . . Este hecho es acrecentado por la existencia de las grandes ciudades, que ofrecen a las personas la ocasión de ver y de querer ver las cosas”.

Aun cuando este rasgo fundamental de la cultura de masas ha sido ya tan estudiado y analizado a fondo, vale la pena insistir en la afirmación citada: “Los que organizan el mundo estético y gobiernan al público son la vista y el sonido; pero especialmente la vista. . .”

Dejemos de lado la influencia del cine, de la televisión, del afiche, de los rótulos luminosos, de los escaparates, etc., en la conformación sensorial, intelectual y estética del hombre moderno. Centrémonos, de nuevo, en el problema literario: sucede que en honor a esa cultura visual de que habla Bell, la literatura puramente escrita, tiende a ser desplazada por el relato gráfico e iconográfico: la historieta cómica y la fotonovela. Y aún más: en la educación actual, incluso en países económica y tecnológicamente marginados como el nuestro, el recurso audiovisual se exige como “conditio sine qua non”. De ahí nuestra flamante Televisión Educativa, aunque —por supuesto— no sólo de ahí. Pero, ¿es el relevo de lo escrito por lo visual un beneficio para las sociedades modernas? El tema ha sido planteado en múltiples ocasiones, aun por el cine.

Indudablemente, el recurso visual ejerce una comunicación más inmediata, más directa, más impactante. Sin embargo, ¿en qué medida puede su-

7 Bell, Daniel; obra citada.



plantar el valor del trabajo que cada lector realiza en su propio marco de referencias? Dicho de otro modo, ¿puede el relato visual, ya sea fílmico o pictográfico, sustituir la riqueza de sugerencias y el grado de participación a que se obliga al receptor, de la literatura?

Por otra parte, para no olvidar la esencia del problema: la dominación ideológico-cultural, la alienación, ¿no es acaso más fácil penetrar en la conciencia del hombre masa a través de lo visual que a través del idioma? Y no sólo tratándose de analfabetos, sino aun en el caso de personas elementalmente instruidas.

Piénsese, pues, en la función deformadora y castrante que las tiras cómicas y las fotonovelas, por encima de la subliteratura propiamente dichas, ejercen en el niño, en el joven, en el obrero o en la empleada doméstica. En estos géneros, a través de sus propios códigos iconográficos (de signos cinéticos, onomatopéyicos y metafóricos), el modo de vida que interesa hacer reproducir a las clases dominantes, encuentra un vehículo más ágil aun.

El Subarte y la Subliteratura en El Salvador.

En nuestro país, como en cualquiera otro de América Latina, el consumo del subarte y de la subliteratura, es enorme. Con un agravante: toda esa producción (o casi toda) es importada: cine, T.V., canciones populares, historietas, fotonovelas, radionovelas. Esta realidad debiéramos poder indicarla más objetivamente, a través de estadísticas y de amplios análisis de contenidos. Sin embargo, nos limitaremos a reproducir unos pocos datos, de usos reveladores:

En 1970, las horas de emisión en radiodifusoras, según clase de programa, fueron distribuidas así:⁸

Música clásica	3.930 horas
Música popular	148.730 "
Representaciones radioteatrales (Radionovelas)	9.803 "
Programas infanto-juveniles	7.967 "
Programas humorísticos	2.024 "
Conferencias y polémicas	437 "
Comentarios y transmisiones deportivas	3.682 "
Comentarios y noticias periodísticas	10.019 "
Temas educativos	3.860 "
Propaganda política	315 "
Solemnidades cívicas y religiosas	2.025 "
Otros	8.873 "

En 1971, la composición promedio de la programación diaria de la Teledifusión salvadoreña, fue la siguiente:

TELEDIFUSION COMERCIAL SALVADOREÑA: COMPOSICION PROMEDIO DE LA PROGRAMACION DIARIA (AÑO 1971).⁹

PROGRAMA VIVO:

Telenovelas	3h.05'15"
Shows y cómicos	2h.02'00"
Promoción de ventas	1h.30'15"
Informativos	35'20"
Deportes	14'15"
Políticos	9'15"
Total Programa Vivo:	6h.95'80"

TELECINE:

Gangsteres, aventuras	2h.18'55"
Vaqueros	1h.25'30"
Dibujos animados infantiles	63'35"
Documentales	32'45"
Documentales propagandísticos	23'15"
Películas de largo metraje y shows extranjeros	2h.12'40"
Total Telecine:	6h.75'20"

8, 9 y 10. Mariño, Cesar; "La Mistificación de la Cultura por medios audiovisuales en El Salvador", monografía. Departamento de Periodismo de la Universidad de El Salvador, 1972.

MENSAJES COMERCIALES:

Avisos institucionales	328
Varios	203
Alimentos	190
Jabones, cosméticos y afines	190
Artefactos domésticos	35
Licores	40
Cigarrillos	32
Transportes y anexos	30

Total mensajes comerciales transmitidos: 965

En 1970, se importaron aproximadamente 408 películas, cuyo origen fue como sigue:⁹

ESTADOS UNIDOS	110
Italia	80
Inglaterra	30
Francia	25
Alemania	6
España	9
México	40
Argentina	8
Co-producciones	100
TOTAL	408

Segun datos presentados por la revista ECA, octubre 1973, de la Universidad Centroamericana "José Simeón Cañas", en una semana, en 28 cines de San Salvador, se proyectaron en promedio los siguientes tipos de películas:

Tema	No. de Pelíc.	Porcentaje
1 - Bélico, policíaco o de aventuras	25	32 o/o
2 - Problemas de sexo	17	21.7 o/o
3 - Westerns (vaqueros)	14	17.9 o/o
4 - Suspenso, terror	10	12.8 o/o
5 - Crítica social	7	8.9 o/o
6 - Comedia simple (cómica)	2	2.2 o/o
7 - Mitología artística	1	1.2 o/o
8 - Documental	1	1.2 o/o
9 - Musical	1	1.2 o/o

Un total del 86.6 o/o de los filmes proyectados trataban una temática de puro entretenimiento: violencia, sexo, aventuras, etc.

Actualmente (1976), los cuatro periódicos de mayor circulación en el país, "La Prensa Gráfica", "El Diario de Hoy", "Diario Latino" y "Diario El Mundo", publican diariamente tiras cómicas de una sola banda y en sus ediciones de fin de semana, pági-

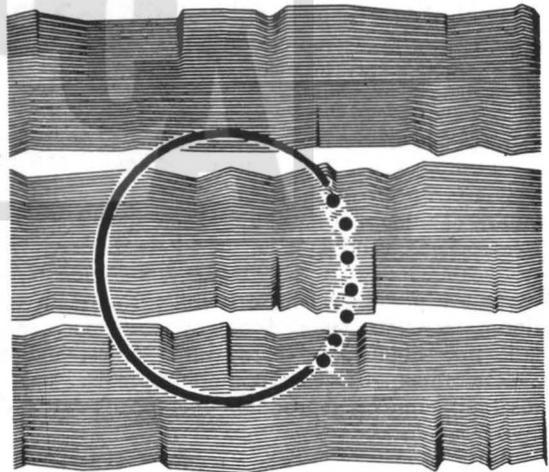
nas o medias páginas a color, para cada historieta cómica. En términos aproximados, se reproducen para el lector salvadoreño 42 historietas, todas importadas, así:

De tema bufo o propiamente cómicas	28
De aventuras	14
TOTAL	42

Si, extendemos el concepto de subliteratura a ciertas modalidades de relato o de narración, como las crónicas policiales, los "chismes" internacionales sobre actores de cine y otras figuras del "jet set" los episodios de personajes creados por nacionales según el ámbito nacional, como "Mañas y hazañas del bachiller Gorgojito", etc., tenemos que nuestros periódicos reproducen algún material predominantemente importado, sobre todo en sus ediciones de fin de semana; material en el que básicamente se cumplen las características del subarte.

En cuanto a las revistas populares, especialmente revistas ilustradas femeninas, no poseemos datos de circulación; pero sí podemos contraponer su origen extranjero, en la casi totalidad de los casos, a la exigua producción nacional de revistas de contenido salvadoreño y dirigidas específica o preponderantemente a un público salvadoreño. Los títulos mismos de la mayoría de revistas que venden en el país, denotan su producción internacional y acusan su función desnacionalizante:

"GENTE y la actualidad", "Siete días", "Contenido", "Duda", "Selene", "Claudia", "Supernovelas"(grandes producciones de largometraje) (Fotonovelas en color). Kena, Mecánica Popular, Vanidades Continental, Casa, Cosmopolitan, Rutas de Pasión (serie), Todo sobre el amor (serie), Alarma, Cuarta Dimensión, Fotolibro (serie: fotonovela), Buen Hogar, Imagen Centroamericana (única salvadoreña).



Acerca de la canción popular, tampoco contamos con datos estadísticos sobre consumo y origen. Pero sí podemos señalar un hecho verdaderamente grave: El Salvador es uno de los países en que, proporcionalmente, se consume más música norteamericana que en la mayoría de países latinoamericanos. Las casas grabadoras, las distribuidoras de discos y las radiodifusoras, distribuyen o emiten más discos correspondientes a música norteamericana que a música latinoamericana.

Los datos anteriores, evidentemente dispersos y en algunos casos desactualizados, nos dejan ver, no obstante, a qué nivel el monstruo del subarte y de la subliteratura penetran en la conciencia colectiva de nuestras gentes. Si ello se compara con el consumo del verdadero arte, el resultado sería escandaloso: el consumo de poesía, de novela, de cuento, de teatro, de artes plásticas de carácter artístico, es irrisorio.

En reciente publicación sobre Educación Estética, destinada a estudiantes de Bachillerato, cuyos autores somos Eduardo Díaz Barrera y quien firma este artículo, Díaz Barrera señala como causas de la escasa producción y difusión del verdadero arte en nuestro país, las siguientes:

A) Causas Culturales:

- 1- El analfabetismo.
- 2- La carencia de educación estética.
- 3- La dependencia cultural.

B) Causas históricas:

- 1- La destrucción, por la conquista y colonización españolas.
- 2- La poca producción y tradición artístico-literarias durante el siglo XIX y primeros años del XX.
- 3- La represión intelectual y artística a partir de los regímenes militares del 32 hasta el 44, especialmente; y, en general, hasta la actualidad.

C) Causas económicas:

- 1- La escasa o nula rentabilidad del trabajo artístico.
- 2- La tendencia a un desarrollo cultural hacia afuera, lo que genera el prurito de que lo nuestro no puede valer tanto como lo extranjero.
- 3- El papel de las instituciones estatales y privadas, a quienes interesa el consumo masivo y rentable de los productos artísticos o pseudoartísticos que importan o producen, en detrimento de los auténticos valores estéticos.



Creemos que, efectivamente, los factores señalados por Díaz Barrera determinan el escasísimo consumo del verdadero arte y abren el campo hacia el consumo masivo del subarte. Tales factores pudieran resumirse en un solo: nuestra dependencia, de donde proviene nuestra falta de identidad cultural, nuestra pusilanimidad intelectual e ideológica para la producción de un arte más nuestro y más en función del pueblo.

Una falsa respuesta : el arte panfletario

Naim Nomez, ya citado, señala que junto a la abundante producción de sensiblería y pseudo-arte que fabrica la burguesía, surgen otros intentos de interpretar al proletariado "masacrándole el sentido del gusto".

Los intelectuales politizados, especialmente los dirigentes políticos o los teóricos revolucionarios, caen fácilmente en la tentación de pretender contrarrestar la apabullante influencia del subarte y de la comunicación masiva burguesa, mediante productos supuestamente populares, que, presentados como obras de arte, respondan por sobre todo a la necesidad de ideologizar al pueblo. Se produce así el panfleto, un arte falso, pobre, castrante también, como el de masas, de la capacidad intelectual e imaginativa del pueblo. Adolfo Sánchez Vásquez, en "Conciencia y Realidad en la obra de arte" ¹⁰, reproduce estas categóricas palabras de Engels: "Cuanto más ocultas las ideas del autor, tanto mejor para la obra de arte".

El arte auténtico, sea popular o culto (y en la sociedad ideal no debería poderse marcar esa diferencia), no es un instrumento ideológico, aunque pueda responder a contenidos ideológicos y contribuir a la toma de conciencia con mayor eficacia que un discurso o un tratado políticos. Por tanto, la literatura dirigida, la puesta en línea como un frente más de partido o de programa de gobierno, está destinada al fracaso, como nos lo muestran los intentos realizados en algunos países socialistas. Naturalmente, el mejor arte es el comprometido con el hombre, con la realidad social; pero no debe ser panfleto ni

pronunciamiento teórico, sino lenguaje altamente creativo e imaginativo. Si lo es, y además penetra sin forzamientos en la realidad y en la conflictividad sociales, tanto mejor.

Una posible solución.

Viejo es el debate, e inacabado, sobre si es el artista quien debe renunciar a su cultismo y a sus círculos elíticos para acercarse al gran público, o, a la inversa, debe elevarse la capacidad receptiva de éste para que pueda consumir la obra de aquél sin que se pierda altura artística. En una sociedad como la nuestra, dependiente e infradesarrollada así en lo económico como en lo cultural, la barrera parece insalvable. Pero el intelectual, el artista, no pueden cruzarse de brazos a esperar que las condiciones cambien para entonces contar con un mayor público consumidor. Por el contrario, debe aportar, con su arte, permítasenos repetir, con su arte, a que ese cambio se acelere; y para ello debe tratar, dentro de las actuales circunstancias, de acortar la distancia entre su obra y el pueblo. Creemos que puede hacerlo de dos maneras:

—contribuyendo a la recuperación de nuestra pérdida de identidad cultural, mediante el rescate, a través de su obra, de los contenidos, símbolos, tradiciones, raíces auténticamente populares, de antecedencia prehispánica, para fomentar así un arte popular, no panfletario, en cuya producción participe la idiosincrasia nuestra.

—creando obras que, de mayor o menor complejidad, respondan a la conflictividad, a la humanidad concreta que le rodea; obras dirigidas a la inmensa minoría de que habla Sánchez Vásquez, y no a las egregias minorías que quería Ortega y Gasset. Esa inmensa minoría son los sectores populares concientizados, los que están luchando por su reivindicación social, a los que no debe servirse un arte acorde al gusto promedio, sino un arte problematizador, del que puedan participar creativamente, quizás al principio con dificultades y limitaciones; en el que hallarán un medio más de autoconcientización y de humanización.