

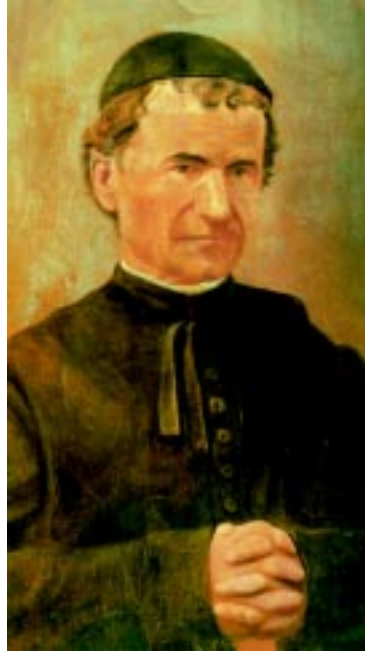
A ejemplo de Don Bosco

HUMBERTO ECO

ARTÍCULO PUBLICADO POR EL DIARIO ROMANO L'ESPRESSO EL 15/11/1981, PÁG. 105.

Hasta los inicios de los años 60, la intelectualidad comunista tendía a demonizar las comunicaciones de masa, especialmente las técnicas para estudiarlas, pues las veía a todas como sociologizantes. Sólo hacia la mitad de los años 60, el partido elaboró una estrategia de la atención con singulares resultados de pérdida de dogmatismo: hoy, los muchos intelectuales más o menos ligados al PCI¹, que se han ocupado de los mass media² no utilizan un método marxista unificado, sino más bien maniobran entre los más variados, sin perjuicios técnicos de investigación.

Pero mientras esta estrategia de la atención se desarrollaba, cambiaba la situación de los mass media. Más allá de las diferencias ideológicas, sucedía aquello que, de diversas maneras, desde Adorno a Marcuse y a McLuhan, se había vislumbrado: la sociedad de las comunicaciones de masa no se caracterizaba ya más por la presencia de algunos dinosaurios (la radio, la televisión, los periódicos, el cine), sino se desintegraba en una serie de comportamientos. Hoy sabemos que forman parte de las comunicaciones de masa también los blue jeans, la droga, el comercio de guitarras usadas o el modo de juntarse por bandas o por grupos. Se hacía entonces evidente que una acción social y política en la sociedad de los medios de masa no debía tanto (o sólo) apuntar hacia el control de los grandes dinosaurios, sino más bien, crear una red de base, en la cual el discurso político y educativo derivara hacia el uso, hacia el consumo de las gran-



des redes, hacia cómo vivir en la sociedad de los mass media.

A su estilo, el 68 y *aquello que se llamó el movimiento*³, nacia como reconocimiento del hecho que el problema no era tanto producir otros dinosaurios, sino tomar conciencia de la pulverización de los canales y constituir nuevos modos de usarlos, cambiarlos, alternarlos, confundirlos. A esto miraba también la utopía que hoy hace sonreír a algunos, de un "nuevo modo de estar juntos".

El movimiento respondía a un vacío dejado por aquella que llamaré la gran revolución de Don Bosco. Don Bosco la inventa, después la exporta hacia la red de las parroquias y la Acción Católica, pero el núcleo está allí, cuando este genial reformador percibe que la sociedad industrial requiere nuevos modos de agregación, primeramente juvenil y después adulta, e inventa el oratorio



El oratorio, la gran revolución de Don Bosco

salesiano: una máquina perfecta en la que cada canal de comunicación, del juego a la música, del teatro a la prensa, se realiza en sí mismo sobre bases mínimas y es reutilizado y discutido cuando la comunicación llega de fuera. Recordemos que en los años 50, una red de docemil pequeñas salas parroquiales había llegado a influir en los productores cinematográficos.

La genialidad del oratorio estriba en que éste prescribe a sus frequentadores un código moral y religioso, pero después acoge también a quien no lo sigue. En este sentido, el proyecto Don Bosco embiste a toda la sociedad italiana de la era industrial. De aquel núcleo emergen los ministros democristianos, los dirigentes de Autonomía, los fundadores de las Brigadas Rojas, muchos cuadros comunistas, gran parte de la clase dirigente capitalista.

(Traducción Josep Lluís Burguera)

1 PCI: Partido Comunista Italiano. (nota del traductor).

2 Mass media: conocidos también como medios de comunicación de masa o medios de comunicación social.

3 La cursiva es del traductor