



# Nueva cultura para el hombre nuevo: la editorial Quimantú y la historieta educativa en Chile, 1970-1973

New Culture for the New Man: Quimantú Publishing  
House and the Educational Comic in Chile,  
1970-1973

STEFAN RINKE

Freie Universität Berlin, Alemania

[stefan.rinke@fu-berlin.de](mailto:stefan.rinke@fu-berlin.de)

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0001-9548-1756>

**| Abstract:** When the Unidad Popular came to power in Chile in 1970, the country was extremely divided. A battle of opinions was waged in particular in the medium of the political cartoon. According to the new government, a “new man” had to be formed. The state publishing house Quimantú was to play an important role in this project, publishing various series of cartoons in the service of the objective of forming the socialist consciousness of the people. How was the struggle against cultural imperialism carried out in the Quimantú publishing house? What role did comics play in this and why were they a preferred medium?

**Keywords:** Chile, Unidad Popular, Cultural policy, Comics, *La Firme*, Quimantú.

**| Resumen:** Cuando la Unidad Popular llegó al poder en Chile en 1970, el país estaba extremadamente dividido. Una batalla de opiniones se libró en particular en el medio de la caricatura política. Según el nuevo gobierno había que formar un “hombre nuevo”. La editorial estatal Quimantú iba a desempeñar un papel importante en este proyecto, publicando diversas series de historietas al servicio del objetivo de formar la conciencia socialista del pueblo. ¿Cómo se llevó a cabo la lucha contra el imperialismo cultural en la editorial Quimantú? ¿Qué papel desempeñó la historieta en esto y por qué fue el medio preferido?

**Palabras clave:** Chile, Unidad Popular, Política cultural, Historieta, *La Firme*, Quimantú.

Desde la Primera Guerra Mundial, la lucha contra el colonialismo y el imperialismo se convirtió en un discurso definitorio en los países del Sur global a lo largo del siglo xx. En América Latina, esto significó generalmente la lucha contra la supremacía de los Estados Unidos, que a través de su expansionismo e intervencionismo lograron la supremacía en el llamado hemisferio occidental. La variante chilena del discurso antiimperialista tuvo su apogeo durante la Unidad Popular. Fue una variante efectiva porque, además de incluir factores económicos y políticos, contenía elementos culturales. La idea de cultura previamente vigente –definida por una oligarquía marcada por influencias europeas– era la de la “alta cultura”. Sin embargo, este concepto experimentó una fuerte amplificación debido a la construcción e inclusión del folclor nacional, y por la creciente presencia de la cultura de masas de estilo norteamericano. Esta transformación era parte y signo de un proceso de abertura dentro del cual lo “popular” –la “masa”– iba perdiendo paulatinamente connotaciones negativas. Asimismo, podía atribuirse en último término al descubrimiento de que grandes capas de la población eran potenciales consumidores de productos culturales.

Cuando la Unidad Popular (UP) llegó al poder democráticamente en Chile en 1970, el país estaba extremadamente dividido en los que apoyaron o rechazaron el nuevo gobierno. Se desarrolló una feroz batalla de opiniones, que se libró en particular en el medio de la caricatura política (Soto 2003, 98).<sup>1</sup> Esto no es sorprendente, porque la Unidad Popular persiguió objetivos revolucionarios con la “vía chilena al socialismo”. Según el nuevo gobierno no solo había que transformar el Estado, la economía y la sociedad, sino que también había que formar un “hombre nuevo”. Los medios para lograrlo fueron cambios revolucionarios en la vida cultural y especialmente en el sistema educativo (Gomes 2015, 156-157; Monsalve 2015, 11-12; Gomes 2021, 3-4). Los estrategas de la UP se dieron cuenta de que para ello debían utilizar los instrumentos del imperialismo cultural para vencerlo con sus propios medios, por así decirlo. La editorial estatal Quimantú iba a desempeñar un papel importante en este proyecto, publicando no solo literatura popular sino también diversas series de historietas, todas ellas al servicio del objetivo de formar la conciencia socialista de la población común corriente.<sup>2</sup>

Aunque recientemente han aparecido importantes trabajos sobre la actividad de Quimantú, éstos han mencionado el aspecto del discurso antiimperialista como un hecho, pero no lo han examinado específicamente con mayor detalle (Gomes 2015; Rojas 2016; Molina 2018; Anwandter 2020; 2021).<sup>3</sup> Por lo tanto, han faltado estudios dedicados al aspecto del compromiso específicamente con el imperialismo cultural. Este artículo postula que este aspecto fue esencial para Quimantú y su programa espe-

<sup>1</sup> La propaganda contra Allende también utilizó los cómics. Véase, por ejemplo, Lugoze (1970). Agradezco a Amadeo Gandolfo que me haya indicado esta fuente.

<sup>2</sup> Para la historia de la historieta en general véase, por ejemplo, Gomes (2015, 24-104). Para el caso chileno: Montealegre (2008); Rojas (2016), Abella (2017).

<sup>3</sup> Véanse también los artículos en el número temático “La vía cultural al socialismo”, en *Kamchatka. Revista de Análisis Cultural* 17 (2021).

cialmente en las historietas porque la editorial y su personal se veían a sí mismos como motores del cambio cultural revolucionario. ¿Cómo se llevó a cabo la lucha contra el imperialismo cultural en la editorial Quimantú? ¿Qué papel desempeñó la historieta en esto y por qué fue el medio preferido? En particular, ¿cómo se enfrentó la historieta a la cultura popular estadounidense, que se consideraba un contramodelo especialmente peligroso y popular? A continuación, analizaré primero los debates sobre los conceptos culturales en el Chile de la UP, luego hablaré de la editorial Quimantú y de sus series de historietas, para finalmente iluminar la crítica al imperialismo cultural en este medio con la ayuda de algunos ejemplos. La base del análisis será una evaluación de la prensa y los archivos, las publicaciones de Quimantú y la literatura secundaria, todavía relativamente limitada.

## EL CONCEPTO DE CULTURA BAJO LA UNIDAD POPULAR

Las transformaciones culturales ya se habían producido en Chile desde los años veinte, y los grupos de población hasta entonces marginados se integraron en el mercado y la cultura nacionales. Paralelamente, se profundizó en una revolución mediática y comunicativa, que desde el principio tuvo una fuerte influencia estadounidense. Por ello, se planteó más que nunca la cuestión de cómo interpretar estos procesos de cambio. ¿Los productos comercializados de la industria cultural transnacional son “cultura”? ¿Era posible encontrar una respuesta autóctona a la aparente invasión de estos productos, y qué papel debían desempeñar las “masas” en el proyecto de una cultura nacional? (Rinke 2013, 409).

A partir de mediados de la década de 1960 las respuestas a estas preguntas parecían ser más urgentes. Las reformas sociales y económicas del gobierno de Eduardo Frei M. tuvieron fuertes repercusiones sobre el sector cultural. Así lo muestran fenómenos tales como: la creciente importancia que adquirió la educación, la reforma a la enseñanza superior, la expansión de la industria cultural inducida por la televisión. Los estilos de vida y la vida cotidiana de todos los chilenos se modificaron. Con ello se hacía necesaria una reformulación del proyecto nacional. Los nuevos medios descubrieron a la masa —es decir, a los sectores populares— como fuente de una cultura “desde abajo” y como destinataria de una política cultural nacional, lo que hizo que el país experimentara un cambio estructural de su público (Brunner *et al.* 1989, 43-47; Catalán *et al.* 1987, 32).

El cambio cultural fue acompañado de forma crítica. En la estela de la Escuela de Frankfurt y de Theodor Adorno, y más tarde de Umberto Eco, se desarrolló una crítica fundamental a la industria cultural (Eco 1968, 10). Reaccionando a las experiencias de movilización de masas en los totalitarismos del siglo xx, las reservas se dirigieron contra el poder de la comercialización, la producción industrializada y la dinámica expansiva de la cultura de masas. Los conceptos culturales tradicionales parecían amenazados por esto.

En los años sesenta surgió la línea latinoamericana de crítica a la cultura de masas, la escuela del imperialismo cultural. El lugar de nacimiento de este poderoso enfoque fue Santiago. Los críticos del imperialismo cultural en América Latina alimentaron sus tesis desde las raíces marxistas y se comprometieron críticamente con los debates en Europa occidental. Al plantear estos debates en la ONU y en la Unesco, ganaron la atención mundial. Esto se debe, entre otras cosas, a que recibieron de Europa impulsos institucionales y de personal esenciales. El sociólogo cultural belga Armand Mattelart, que enseñaba en la Universidad Católica de Santiago desde los años sesenta, se convirtió en la figura central en el contexto latinoamericano (Mattelart *et al.* 1976, 52-72; Rivera 2015, 349-355).

Los críticos del imperialismo cultural se apoyaron, fuertemente, en la teoría de la dependencia. Veían el imperialismo cultural como correlato del imperialismo económico y político. Sus críticas enfatizaban el uso del poder, por parte de la industria cultural, mediante la radio, televisión, fotonovelas, historietas, música, prensa y publicidad. Especialmente peligrosa parecía la transferencia de actitudes, comportamientos y estilos de vida, con el aparente fin de alcanzar homogeneización, desmovilización política y de generar un consenso hegemónico. El peligro de esto, afirmó Armand Mattelart en una entrevista, era que traía consigo la pérdida de la cultura nacional, sobre todo del folclore y del arte popular. Según él, la industria cultural imperialista despojaba a los países subdesarrollados de su cultura, tal como el imperialismo económico les arrebató sus materias primas. En numerosos estudios realizados junto a discípulos chilenos —especialmente Ariel Dorfman— confirmó el entrelazamiento que existía entre los consorcios industriales chilenos, los transnacionales y su poder mediático (Torrecilla 1980, 69-79).

La dinámica expansionista inherente al imperialismo cultural, basada en la autoimagen de la universalidad de sus propios valores, se consideraba un peligro especial. Esto, a su vez, dio lugar al segundo nivel de dependencia, el ideológico. Según la crítica del imperialismo cultural, la cultura de masas era altamente ideológica y representaba valores burgueses inauténticos e impropios de la clase y tenía como objetivo asegurar el statu quo social, al que revestía de una imagen ideal de modernidad. Los críticos argumentaban que la sustancia se sustituía por la apariencia y que esto animaba a la gente a huir de los problemas reales hacia mundos mediáticos ilusorios. El borrado asociado de la “memoria social” de las clases bajas tenía como objetivo abrirlas a nuevos mensajes e ideologías de consumo.

El secretario general del Partido Socialista, Carlos Altamirano, acuñó el término “violación de conciencia” para este tipo de influencia. En la Asamblea Nacional de Trabajadores de la Cultura, celebrada en septiembre de 1971, explicó a los trabajadores de la cultura chilena las reivindicaciones resultantes de esto. Altamirano habló de la necesidad del trabajo cultural de las masas para elevar la conciencia revolucionaria en la lucha contra la “pseudo-cultura comercial” y así cambiar la realidad (Altamirano 1971, 12). El gobierno de la Unidad Popular había incluido en su programa electoral las tesis de la crítica al imperialismo cultural formuladas en los años sesenta y anun-

ciaba que quería luchar “por los valores nacionales contra la colonización cultural” para crear una “cultura nueva y un hombre nuevo”.<sup>4</sup> Los esfuerzos del gobierno de Allende en el ámbito cultural estaban dirigidos a crear una cultura chilena auténtica e independiente en una América Latina progresista —es decir, socialista—, aunque ciertamente se sirvió de los medios de la odiada cultura de masas. El debate sobre la cultura de masas se politizó hasta un punto sin precedentes y contribuyó así a la polarización ideológica, lo que en última instancia imposibilitó la creación de una cultura chilena unificada para las masas de los pobres en sustitución de la cultura de masas explotadora.<sup>5</sup>

Las ideas básicas de esencialismo y dicotomía en relación con la cultura de masas conformaron los planteamientos de la política cultural estatal bajo la Unidad Popular entre 1970 y 1973. Esta política tenía muchos niveles y se centraba en la promoción cultural de las clases bajas (Canto 2012, 154-155). La cultura era entendida como un derecho social que debía ser accesible a todo el pueblo (Facuse 2018, 91). Otro elemento central fue la lucha activa contra las influencias estadounidenses. Los jóvenes fueron identificados como un grupo objetivo importante, ya que se suponía que eran especialmente proclives a estas influencias (Barr-Melej 2017, 1-22). La política cultural de la Unidad Popular se esforzó por eliminar la cultura de masas norteamericana de su propio terreno de entretenimiento.

## LA EDITORIAL QUIMANTÚ Y SUS HISTORIETAS

Un instrumento importante para lograr el objetivo del cambio cultural fundamental y la creación del “hombre nuevo” fueron los medios de comunicación. Para ello, la Unidad Popular introdujo leyes culturalmente proteccionistas. Así, en cuanto a contenidos, pudo recurrir a parte de la prensa, a la televisión nacional, a la productora cinematográfica que fundó, Chile Films, y a la editorial Quimantú, una palabra del mapudungun que significa ‘sol del saber’. Quimantú, en particular, que había surgido de la compra y nacionalización de la antigua editorial Zig-Zag a través de la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO) en febrero de 1971, se consideraba el buque insignia de la política cultural de Unidad Popular.

En su primer mensaje presidencial ante el Congreso Nacional en 1971 el presidente Salvador Allende asignó a la editorial estatal la tarea de “promover la literatura nuestra y de permitir que el libro sea un bien que esté al alcance de todos los chilenos” (Molina 2018, 29).<sup>6</sup> La idea era nutrir a la mayoría de la población con la cultura, así como a sus hijos con el programa estatal llamado ‘Medio litro de leche’ (Facuse 2018, 97). El

<sup>4</sup> “Programa básico de gobierno de la unidad popular” (González y Fontaine 1997, tomo 2, 958-959).

<sup>5</sup> Para una nueva perspectiva de las discusiones sobre la cultura en la izquierda chilena, véase Schmiecke (2021, 15-20).

<sup>6</sup> Para los antecedentes de la nacionalización de Zig-Zag, véase Gomes (2015, 161-166).

enfoque era la masificación de la información rompiendo “definitivamente las barreras entre la cultura y el pueblo” (Molina 2018, 19). Así se construyó la editorial estatal más importante en la historia de Chile que produjo más de 12 millones libros (Anwandter 2021, 336; Mardones 2015, 73-74).

Sin embargo, la labor de la editorial no estuvo exenta de problemas, sino todo lo contrario. Una dificultad inherente del proyecto Quimantú era su imperativo comercial, debido a las deudas heredadas del predecesor y también a la decisión del gobierno que la financiación debía provenir de los propios recursos de la editorial. No era una tarea fácil, ya que había que llevar a cabo una reestructuración fundamental sin despedir a ninguno de los 900 empleados (Chavarría *et al.* 2018, 88-93). Por ello, Quimantú, en nombre de intereses privados, curiosamente también imprimió publicaciones de opositores a la Unidad Popular o publicaciones con contenidos que no se correspondían con su visión del mundo, como los cómics de Disney, por ej. *Disneylandia*, *Tío Rico* y *Tribilín*. Esta era la única manera de que la editorial pudiera financiarse razonablemente (Molina 2018, 30-31).

Había que ganarse a los sectores populares como nuevo grupo de compradores, y en el seno de la dirección se discutía la mejor manera de vender los productos. (Molina 2018, 50-51). Se desarrollaron nuevas estrategias para distribuir las publicaciones por ej. en quioscos, librerías en sindicatos, Comités de la Unidad Popular (CUP), usando suscripciones, rebajas para trabajadores (pero no regalos) etc. (Molina 2018, 60-69; Gomes 2021, 9-11). Quimantú se hizo cargo de la mayoría de las revistas y series de cómics de Zig-Zag y las continuó, como la muy exitosa revista *Estadio*. Sin embargo, en algunas publicaciones se hicieron modificaciones del contenido. Por ej. *El jinete fantasma* se transformó en *El Manque* con un mensaje mucho más en línea con el programa socialista (Molina 2018, 21).

Llegar al grupo de lectores preferido, los sectores populares, fue un reto especial. Resultó una tensión entre concientización y placer. El análisis profundo o la literatura exigente no les gustaron tanto a los sectores populares como los responsables imaginaban (Anwandter 2021, 336-337). Según muchos políticos culturales, especialmente los miembros del Partido Comunista, el lector de clase popular consumía inconscientemente la cultura de masas sin poder reflexionar críticamente sobre ella. Según su visión mecanicista el mensaje debería cambiar las conciencias. Otros observadores tuvieron una mirada más sutil y tomaron en cuenta también la diversidad de los sectores populares. Pero en general todos compartían una elevada aspiración normativa, según la cual debían transmitirse valores socialistas como la solidaridad del pueblo y el valor del trabajo. De este modo, era posible una clara separación entre el bien –el pueblo, los autores y la UP– y el mal –la burguesía. Los “mensajes buenos” se propagaron de forma emocional utilizando estereotipos de amor, pasión, misterio y aventura (Anwandter 2020, 9-11; Hochberg 2020, 439).

En total, Quimantú contaba con una enorme variedad de publicaciones, entre las que se encontraban revistas de distinto carácter (femenino, político, literario, etc.), series de libros, revistas infantiles e historietas (Gomes 2015, 168-169). Con

el concepto de la serie Minilibros, que se publicó en 1972 y 1973, la editorial consiguió poner en el mercado unos cinco millones de libros baratos en muy poco tiempo, con una mezcla de textos triviales y más sofisticados. Se trató de un nuevo éxito de la estrategia de educación popular que la dirección de la editorial también llevó a cabo en el ámbito de la literatura infantil y juvenil (Subercaseaux 1984, 41-61; Jofré 1986, 64; Subercaseaux, 2003, 273-279). La idea de los Minilibros se encontraba cerca de los muy conocidos folletines decimonónicos textos ficcionales baratos de carácter romántico y dramático que circularon en los sectores populares. Pero, por supuesto, los Minilibros querían ir más allá de los folletines clásicos con el intento de llevar al lector popular a un nivel más elevado de lectura. (Anwandter 2021, 342).

Otras colecciones como *Nosotros los chilenos*, publicada entre 1971 y 1973 bajo la dirección de Alfonso Calderón y Hans Ehrmann, se dedicaron al fomento de la identidad nacional (Schmiedecke 2021, 25; Subercaseaux 2003, 272-273). La revista *Paloma* reprodujo las muy populares telenovelas como fotonovelas con carácter socialista. La revista *Ahora* informó sobre programas del gobierno y problemas de actualidad con fotos en color y humor de Hervi. Menos entretenida era la revista con números temáticos *Cuadernos de Educación Popular* (CEP), dirigido por Marta Harnecker y Gabriela Uribe. Tras las críticas, los editores tuvieron que simplificar su lenguaje para que los trabajadores puedan estudiarla (Anwandter 2021, 350; Gomes 2021, 11-12).

## SUPER HÉROES CONTRA EL IMPERIALISMO CULTURAL

Los responsables de Quimantú consideraron especialmente receptivos al medio del cómic a los sectores populares. Por ello, la editorial puso especial énfasis en el desarrollo de estas publicaciones en la línea socialista. Este paso se tomó con grandes esperanzas, ya que se consideraba que los trabajadores igual que los niños y los jóvenes eran fáciles de seducir por los mensajes de consumo de la industria cultural. La historieta tradicional se consideraba problemática en este sentido, porque los comics llegaban a muchos más lectores gracias a su distribución mundial y moldeaban la conciencia colectiva y la imagen humana de más personas que cualquier otro medio de texto. Esto ocurrió gracias a la visualización de los contenidos, que incluso los niños y los analfabetos podían entender fácilmente (Jofré 1986, 2-25).<sup>7</sup>

La popularidad de las historietas en Chile era motivo de gran preocupación, ya que los productores estadounidenses y las agencias de distribución que operaban a nivel mundial dominaban este mercado. A pesar de la larga tradición de humor gráfico, sátira política y picaresca de tono sexual que se expresaba especialmente en la revista

<sup>7</sup> Sin embargo, por las mismas razones, los cómics no se consideraban serios y tenían que luchar por su respetabilidad como forma de arte por derecho propio. Véase Groensteen (2000).

*Topaze*, según los análisis de prensa, en 1972 alrededor del 87% de todas las series de cómics impresas en los periódicos chilenos eran de origen extranjero. Solo los periódicos socialistas y comunistas se permitían aún el lujo de las series cómicas chilenas. El dominio de la oferta extranjera fue casi más pronunciado en los cómics independientes. Aquí, el mercado se vio inundado por las diversas ofertas de la corporación Disney, como *Disneylandia*, *Tío Rico*, *Fantásias* o *Tribilín* (Portales 1981, 108-112; Jofré 1986, 25-35).

Las críticas a la dominación estadounidense en el sector de la historieta fueron muy fructíferas durante la Unidad Popular. El ensayo *Para leer al pato Donald* (1971), escrito por Mattelart junto con Ariel Dorfman, se convirtió en un *bestseller* mundial a través de numerosas traducciones y, por así decirlo, en la biblia de la crítica al imperialismo cultural (“Pato Donald” 1972/73, 19; Jofré 1983, 6). En este clásico de la crítica cultural, los autores analizaron lo que consideraban elementos centrales de las historietas del Pato Donald, como el adoctrinamiento con valores capitalistas, estilos de vida y mensajes de consumo, la creación de mundos ilusorios irreales y la perpetuación de estereotipos colonialistas (Dorfman y Mattelart 1971, 10).

Según Dorfman y Mattelart, el Pato Donald era solo la punta del iceberg de la historieta estadounidense. Dorfman analizó los cómics americanos de superhéroes del tipo Superman, así como los cómics del Oeste, y analizó el paternalismo, el pensamiento en estrictas jerarquías ordenadas según puntos de vista materiales, el racismo y el individualismo extremo que vehiculaban estos medios. Todos los géneros, señaló Dorfman, glorificaban el “estilo de vida americano” y atribuían a los estadounidenses una superioridad y supremacía casi naturales sobre todas las demás formas de civilización (Dorfman y Jofré 1974, 5-79). Según estos críticos, el entretenimiento proporcionado por las aparentemente inocuas historietas estaba envenenado con mensajes ideológicos. Además contenían mucha sangre, violencia y erotismo (Gomes 2021, 14).

La mordaz crítica ideológica no pudo cambiar el hecho de que las historietas siguieran gozando de gran popularidad entre el público chileno y especialmente entre los votantes de clase baja de la Unidad Popular. Por ello, los responsables de la política cultural del gobierno desarrollaron diversas estrategias para luchar contra el dominio de las corporaciones mediáticas estadounidenses con el objetivo de sustituir las importaciones, como en el sector de la economía, también en el de la cultura. En primer lugar, el personal de Quimantú realizó encuestas entre la clase trabajadora para determinar sus preferencias en el ámbito de la historieta. Basándose en los resultados, la editorial decidió una estrategia doble, manteniendo el formato y las técnicas de la historieta, pero introduciendo nuevos contenidos y valores. Produjo nuevas historietas en los que el presente chileno constituía el contexto y que perseguían una intención decididamente didáctica. Desarrollaron varios formatos dirigidos a diferentes grupos de destinatarios, siempre con la intención de ofrecer una alternativa a los folletos de Disney ampliamente distribuidos.



Así que la serie *Cabrochico*, de que se publicaron 70 números en los años 1971 y 1972 bajo la dirección de Saúl Schkolnik, se dirigió a un público infantil. *Cabrochico* se fijó como objetivo impartir valores diferentes al afán de lucro capitalista de, por ejemplo, Tío Rico. La Unidad Popular quería sentar las bases del hombre nuevo entre los más pequeños. Así se dijo programáticamente en un anuncio de la revista: “Queremos un niño con espíritu creativo y crítico, un niño que ame a su familia y a su pueblo, un niño que conozca la realidad chilena, un niño sano, alegre y feliz” (Sol del Saber 2019, s. p.).

Al igual que los adultos, los niños debían convertirse en activistas que exigieran sus derechos. La lucha infantil, según los creadores de *Cabrochico*, debe beneficiar a la comunidad y no solo al individuo. Los niños debían ser inculcados con los nuevos valores socialistas a través de la historieta (Gomes 2012, 47; Gomes 2021, 15). El interés central estaba en los “niños desposeídos [...] de los trabajadores chilenos” (Molina 2018, 47). En talleres especiales con los miembros del equipo editorial, se pidió la opinión de los niños seleccionados. Se les pidió que dijeran qué les gustaba de los cuadernos y por qué. *Cabrochico* quería seguir desarrollándose a partir de estas opiniones (Facuse 2018, 101).

Para influir en los niños en el sentido correcto, los creadores no se privaron de reescribir los cuentos tradicionales en forma de los llamados “anticuentos”, en los que los héroes renunciaban noblemente al beneficio individual por el bien de la comunidad (Montealegre 2008, 241-242; Gomes 2012, 47-53; Anwandter 2021, 346-347; Donoso 2018). Los nuevos personajes creados en *Cabrochico* como por ejemplo Martín y Kano deberían desplazar a las protagonistas de la industria de la historieta infantil como Donald o Mickey. Estos nuevos héroes estaban más cerca de la realidad chilena. En sus aventuras pusieron en primer plano los valores de solidaridad e igualdad (Facuse 2018, 103-104).

Los productores siempre incluían un suplemento para adultos en los folletos. Esto era necesario porque los padres no estaban en absoluto dispuestos a renunciar a sus propios recuerdos de la infancia sin oponer resistencia. Las críticas de algunos lectores se dirigieron contra la manipulación de los niños y la destrucción de la imaginación. Anwandter, que ha sido uno de los primeros en analizar las reacciones de los lectores, afirma en torno a la crítica: “Se trata de momentos en que el ideal del lector popular, comprometido con la revolución, se confronta con experiencias singulares de lectores que, de alguna manera, no se sienten representados por la línea editorial o manifiestan su disconformidad con ella” (2021, 349).

Pero los creadores de *Cabrochico* desestimaron esta crítica, señalando la necesidad de explicar ya la “verdad” sobre la injusticia a los niños. Pretendían ver a través de los falsos valores de la literatura infantil burguesa y oponerles los verdaderos, es decir, los valores socialistas. Según ellos, “el placer burgués es síntoma del capitalismo y su decadencia moral” (Anwandter 2021, 352). Una decadencia que según los productores de la revista contribuyó incluso a espantar a los niños, convirtiéndolos en personas asustadas y tímidas al contacto, como muestra la Fig. 1.



Fig. 1: *Cabrochico*, n.º 5, 1971 (Gomes 2015, 179).

También en *Cabrochico* se problematizó implícitamente el género de súper-héroes. Un buen ejemplo es uno de los primeros números de la revista que presenta el tema en forma de ciencia ficción. En el número 3 de *Cabrochico*, se muestra un planeta en que el pensamiento de los niños está totalmente dominado por un Súper-Súper. Las imágenes de este súper-héroe dominan el paisaje de la ciudad y también están omnipresentes en los medios de comunicación (Fig. 2). Por lo tanto, los niños creen que el Súper-Súper y solo él puede resolver todos los problemas. Pero cuando ven que los visitantes del otro planeta –es decir, Chile– superan un problema mediante esfuerzos conjuntos, aprenden que la fe ciega en el superhéroe es un error (Gomes 2016, 53-55).

Otra historieta de la editorial Quimantú, *La Firme*, autoproclamada “revista de información popular”, se dirige a un público más amplio. Este cómic fue una de las

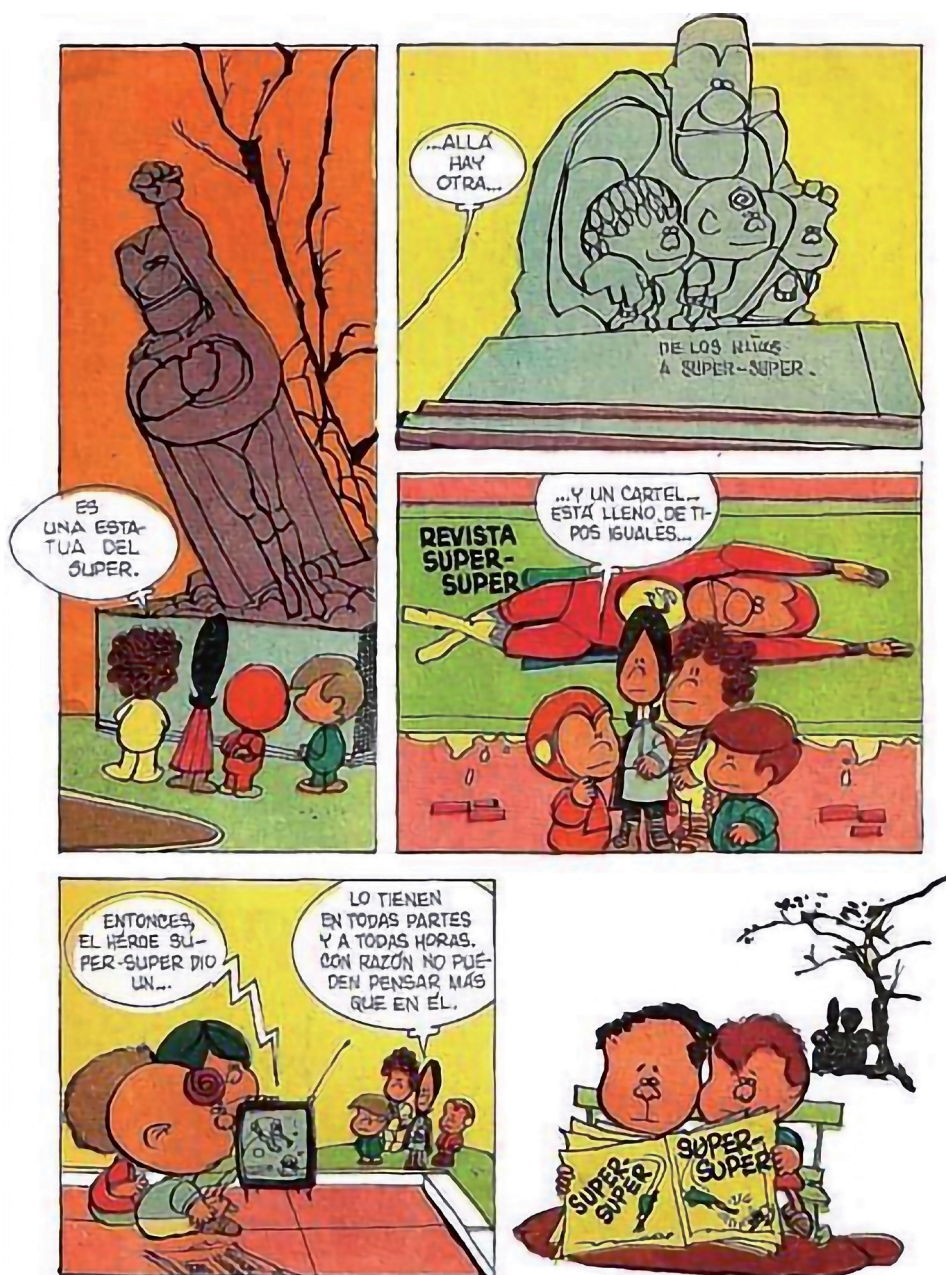


Fig. 2: *Cabrochico* n.º 3, 1971 (Gomes 2016, 54).

primeras publicaciones en serie en aparecer, ya en abril de 1971, y hasta mayo de 1973 se publicaron 61 números. Para la revista trabajaron conocidos dibujantes como Alberto Vivanco y su hermano Jorge Vivanco (Pepe Huinca) y Hernán Vidal (Hervi). Los

tres ya habían colaborado en los años 60 en cómics de crítica social como *La Chiva*, antecedente directo de *La Firme*. Allí ya probaron nuevos formatos e hicieron jugar a sus personajes en situaciones de la vida real. Así se inventó la historia de secuela “Lo Chamullo”. Se trataba de un barrio ficticio de los sectores populares, que en aquella época habían surgido sin control en las afueras de la capital (Aguilera y Hinojosa 2021, 148-151; Montealegre 2008, 221-223).

En el medio de la historieta se intentaba de informar y concientizar en el interés ideológico socialista. Los temas complejos deben presentarse de forma sencilla para las personas que no suelen leer textos largos (López 2014, 16). Para ello se utilizó un “lenguaje directo” mediante imágenes de “ambientes cotidianos reconocibles” claramente: “No se trataba de arquetipos aislados sino de actores que participaban de un proyecto revolucionario de gobierno que ponía énfasis en la cultura como centro del proyecto socialista para llegar a los sectores más vulnerables” (Sol del Saber 2019, s. p.).

No solo el contenido sino también el sistema de divulgación fue innovador para llegar realmente a los sectores populares. Hubo una repartición gratuita en los Centros de Madres, las Juntas de Vecinos, los sindicatos, las fábricas, y las agencias estatales. La revista quería ser una herramienta de la información popular y, por lo tanto, también se dirigía a los Comités de Unidad Popular (CUP), aunque desde las elecciones de 1969, tenían cada vez menos seguidores. Los lectores debían difundir los textos en su entorno social del mismo modo que los folletines decimonónicos solían ir de mano en mano. Debían convertirse en propagandistas de los mensajes y valores de la Unidad Popular que transmitía *La Firme*, y así también llamar a la acción directa (Anwandter 2021, 344-346). Aunque la función propagandística de la revista era, por tanto, evidente, tenía que venderse porque se mantuvo el imperativo de la autofinanciación.

Mirando hacia atrás, unos cuarenta años después, uno de los responsables de la historieta, Alberto Vivanco, dijo sobre las intenciones de *La Firme*:

El plan de la revista era simple y absolutamente necesario: explicar mediante historietas los proyectos y realizaciones del Gobierno Popular, llegando a las grandes masas, usualmente huérfanas de toda información en forma sencilla y directa, sobre temas contingentes de políticas sociales y económicas. [...] *La Firme* jamás pretendió adoctrinar a nadie sino solamente entregar información digerible para los lectores bombardeados por las falsedades de los medios nacionales e internacionales. Se usó la historieta porque era el mejor medio existente en aquella época. Actualmente utilizaríamos el Internet, los Twitter y los teléfonos celulares (López 2014, 27-28).

Su ex compañero Hernán Vidal fue más autocrítico con su propio trabajo en el entorno de *La Firme* que Vivanco. Dijo en una entrevista de 2016:

[...] era muy ideológica la cosa, era hacer historieta, contando de una manera sencilla a través de historieta y humor, los proyectos y las realizaciones del gobierno de Salvador Allende [...] en algún sentido era paternalista la cosa, porque nosotros íbamos a aprender de qué se trataba la cuestión y hacíamos nuestros guiones y nuestras historietas, pero bueno, no había

otra forma porque como te digo la ignorancia era la norma en el campo y así con todo [...] (Facuse 2018, 99).

Vivanco con su hermano y Vidal determinaron el proceso de producción. Juntos discutieron y acordaron los temas importantes. A esto le siguió la investigación sobre el tema y la escritura de guion y texto de Alberto Vivanco. Por último, tuvo lugar la creación de personajes y fondos (Molina 2085, 41). Había un sistema de supervisión en la editorial. El dibujante de la época, Lincoln Fuentes, recuerda que le dijeron: “[...] nosotros somos latinos y tenemos que rescatar nuestros valores y los de la Unidad Popular” (Molina 2018, 46). Una vez publicadas las historietas se hacían evaluaciones con “talleres populares” con los productores para evaluar los números y mejorarlos en el futuro (Molina 2018, 46; Facuse 2018, 101).

De este modo, se produjeron numerosos folletos temáticos. Un tema central fue la lucha contra el imperialismo. Los números 33 y 42 se dedicaron a la lucha contra la multinacional estadounidense ITT y a la nacionalización de la compañía telefónica por el gobierno de Unidad Popular. Además del retrato estereotipado de los capitalistas de EE.UU. y de la burguesía chilena que los apoyaba, es especialmente llamativo el papel subordinado de las mujeres. En los dibujos, a menudo se las degrada a objetos sexuales. Esto se generalizó en los sectores populares. Por ello, estas representaciones fueron bien recibidas (Kunzle 1978).

Además, la revista ironizaba sobre el género de los superhéroes estadounidenses y lo yuxtaponía deliberadamente con “superhéroes” chilenos más débiles, pero también más honestos, como el infantil “Súper Cauro”, personaje creado por el ilustrador Pepe Huinca. Este chico malnutrido sin zapatos, obviamente de clase popular, se transforma en superhéroe siempre que se alimenta bien. En la escena de la figura 3 está tomando “unas pocas proteínas” –refiriéndose al programa para la nutrición popular “Medio Litro de Leche” de la Unidad Popular.



Fig. 3: El Súper Cauro se transforma (Gomes 2016, 52).

El Súper Cauro denunció las actividades de las empresas transnacionales en Chile y su impacto en la vida cotidiana de la gente común. En la figura 4 un “supervisor” asume el papel del ser dotado de súper poderes que protege a las empresas extranjeras. El niño se enfrenta valientemente a él tras transformarse en el “Súper Cauro”, no se deja tentar por una oferta de corrupción y le reta a una pelea en que no usa la fuerza sino los argumentos y la movilización del pueblo. El combate decisivo resulta ser una maniobra engañosa y el pequeño Súper Cauro sale perdiendo. Sin embargo, moralmente es el ganador. El ejemplo tiene pretensiones pedagógicas, ya que muestra la amenaza que supone el capital y sus siniestras maquinaciones y pretende ser una advertencia para el lector.



Fig. 4: “Con la horma de su zapato”, *La Firme* 21 (sept. 1971), 11.

Por regla general, el Súper Cauro decidía las luchas a su favor, no utilizando sus superpoderes físicos, sino mediante argumentos y/o movilizando a la gente del pueblo para que actuara solidariamente. De esta manera derrotó a enemigos de la realidad chilena bajo la Unidad Popular “como el mercado negro, el analfabetismo, la huelga del cobre y los enemigos de las empresas estatales demostrando que los superhéroes no eran necesarios” (Gomes 2016, 53).

*La Firme* publicó números especiales sobre otros temas de actualidad. Hubo cuadernos sobre la reforma agraria, la teoría de la dependencia, las tareas de las organizaciones populares o el analfabetismo. En el contexto de “Lo Chamullo, un barrio como el suyo”, Hervi los presentó protagonistas de serie que representaban a una familia promedia chilena de clase baja y su alienación cultural.

En el número de enero de 1972 el capítulo “Lo Chamullo”<sup>8</sup> de *La Firme* explicaba los mecanismos del imperialismo cultural: María, como de costumbre, escucha una radionovela sensiblera junto a sus vecinos del barrio hasta que su marido Venancio vuelve del trabajo. Venancio se siente mal y la familia decide remediarlo haciendo deporte juntos. Para ello, el cabeza de familia encarga una guía sobre cómo hacer ejercicio correctamente. Creyendo ciegamente en la autenticidad de la guía, Venancio solo se da cuenta tarde, cuando ya ha desmontado el taxi de su cuñado, de que ha recibido la guía de reparación de coches por error. Frustrado, quiere abandonar, pero su mujer le lleva a la Junta de Pobladores, una organización vecinal creada por la Unidad Popular, donde el tema de la dependencia cultural está a la orden del día. El presidente explica a los presentes, con ejemplos plásticos, que la comercialización del deporte y la cultura solo sirve al sistema capitalista. Inspiradas por la lección, las mujeres desarrollan sus propias actividades creativas, mientras que hay que convencer a los hombres de que abandonen su actividad de ocio favorita, beber alcohol en el bar del barrio.

La Figura 5 muestra que, al hacerlo, se dirigió a todos los grupos de edad de forma chistosa, aunque ideológicamente muy parcial, para concienciarlos de las “distracciones artísticas”. Así, los niños son seducidos por el atractivo erótico del cine comercial. Los jóvenes están deslumbrados por la maquinaria publicitaria de la música pop, que les presenta a diario un nuevo ídolo que “tiene de todo menos voz”. Por último, los adultos disfrutaban de la alta cultura exclusiva en el teatro de la ópera, destinada solo a la clase alta, no por el placer de disfrutar de la música, sino por la distinción.

Asimismo, aparecen aquí las clases sociales que se ven claramente separadas en la política cultural de la Unidad Popular. Por un lado, está el sector popular representado en el cuadro 1 por los cabros inocentes (o no tan inocentes). En el cuadro 2, es el pobre trabajador el que ya piensa “correctamente” en cierta medida y critica el valor estético de la música pop. En el cuadro 3, aparecen las mujeres de la burguesía, para quienes las apariencias externas lo son todo, pero que carecen de la educación para el verdadero entendimiento. Por último, en la parte superior izquierda, se ve al intelectual comprometido con la batuta de director de orquesta dando la lección a los lectores. El mensaje esquemático de este episodio es que siguiendo esta lección se abre para los sectores populares la oportunidad de liberarse de las malas influencias de la cultura comercializada y tomar la conciencia del hombre nuevo.

Además de estas nuevas creaciones, Quimantú publicó varios cómics extranjeros cuyas licencias habían sido transferidas a la editorial estatal mediante la compra de Zig-Zag. En números como *Agente Silencio-Marouf* (más tarde *Dimensión Cero*), el contenido se modificó decisivamente para desmitificar al superhéroe individual e introducir temas socialmente críticos con un contexto chileno. Esto se hizo en un proceso gradual

<sup>8</sup> Constata Anwandter que ‘Chamullo’ es un “término que además remite al discurso de la falsedad mal disimulada” (2021, 344).



Fig. 5: “Lo Chamullo,” *La Firme* (enero de 1972), s. p.

de transformación, ya que el objetivo era conservar el núcleo de lectores. El ejemplo más famoso fue la transformación del héroe de la historieta del Oeste “El Jinete Fantasma” en un héroe social que luchaba por los derechos de los pobres y explotados. Con el tiempo, el personaje se independizó y en 1972 la revista pasó a llamarse *El Manque*. El héroe originalmente típico del Oeste estadounidense se había transformado así en un héroe rebelde del medio campesino chileno. El superhéroe blanco Mizamba del cómic *El Intocable*, que actuaba en África, sufrió una transformación similar y fue sustituido por la historia *El Guerrillero Manuel Rodríguez*. El Guerrillero contó las aventuras del independentista chileno, que se transfiguró también como luchador por la justicia social (Jofré 1986, 85-100; Dorfman y Jofré 1974, 129-187).

El éxito de esta iniciativa cultural de la Unidad Popular fue limitado. Dentro de la izquierda ortodoxa, se encontró el rechazo fundamental de este género “capitalista” (Coloma 1969, 69-76). Las encuestas y los talleres con los trabajadores del campo y de las fábricas también mostraron que la historieta *El Manque*, por ejemplo, despertaba poco interés porque el contenido estaba demasiado determinado por la política. Los trabajadores preferían las historias humorísticas o de acción con superhéroes a la crítica social. Los dibujantes e historietistas de Quimantú tuvieron que aceptar que las tiras cómicas estadounidenses de la prensa conservadora y las revistas de Disney, que aparecían semanalmente en Chile en millones de ejemplares, seguían encontrando más lectores que sus propias producciones.



## CONCLUSIÓN

Los aires del sabelotodo de la intelectualidad revolucionaria, que reclamaba para sí la tarea de ilustrar a los sectores populares, se hacen muy evidente si se estudia las historietas de la editorial estatal Quimantú. Esta actitud paternalista hacia las clases bajas era extendida, aunque algunos intelectuales la cuestionaron críticamente y buscaron el contacto directo con el pueblo. Los niños, los pobres y las mujeres fueron los destinatarios de la campaña contra el imperialismo cultural dirigida por los intelectuales masculinos de izquierda. Los creadores de historietas daban por sentado que sus lectores eran pasivos y debían olvidar las lecciones de placer burgués que tenían muy arraigadas, para alterar su situación de subordinación. Tuvieron que salir de las culturas comerciales del capitalismo.

Aunque Schmiedecke (2021, 36) tiene sin duda razón al afirmar que bajo la Unidad Popular no existía una política cultural coherente y efectiva de parte del gobierno y que los actores de esta política se caracterizaban más bien por la heterogeneidad de sus enfoques, se puede discernir una unidad en la visión de la oposición absoluta al imperialismo cultural al estilo estadounidense. Esto se puede ver muy bien en el campo de la caricatura con sus mensajes visuales fácilmente comprensibles.

La lucha contra el imperialismo cultural estaba en el centro de la obra de Quimantú. Aportó a todos los participantes, por muy diferentes que fueran sus opiniones y enfoques en detalle, un denominador común. Combatir la falsa conciencia del pueblo era el objetivo de todos los implicados. Los debates se desenvuelven no en torno a si debe lograrse, sino solo al cómo. El concepto de “pueblo” seguía siendo vago. Los sectores populares, los pobres, los habitantes de las poblaciones se consideraban especialmente susceptibles a los mensajes del imperialismo cultural.

Por lo tanto, según los intelectuales, la tarea de concientización solo podía cumplirse utilizando los instrumentos de los imperialistas para los propios fines. La historieta parecía ser el medio más adecuado para ello, porque los difíciles contextos de los acontecimientos políticos cotidianos podían traducirse a un lenguaje fácilmente comprensible a través de imágenes humorísticas. El uso de representaciones estereotipadas caracteriza el género del humor gráfico, de hecho, es prácticamente constitutivo. Por ello, los artistas de Quimantú también hicieron uso del arsenal de estereotipos con los que devaluaron no solo a los imperialistas estadounidenses sino también a las mujeres y las expusieron al ridículo y al sexismo. No se reflexionó críticamente sobre ello, porque el fin justificaba los medios.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abella, Raquel *et al.* 2017. *Un país de tontos graves: humor gráfico y política en Chile*. Santiago de Chile: DIBAM.

- Aguilera, Claudio y Hugo Hinojosa. 2021. "Una ventana indiscreta. Espacio público y privado en la revista *La Chiva*". *EU-topías* 21: 145-160. <http://eu-topias.org/una-ventana-indiscreta/>.
- Altamirano, Carlos. 1971. "Debemos ser capaces de crear una nueva cultura". *El Siglo*, 12 de septiembre: 12.
- Anwandter Donoso, Christian. 2020. "La literatura en *Quimantú*: una revolución incómoda". *Estudios Filológicos* 66: 7-24.
- Anwandter Donoso, Christian. 2021. "La figura del lector popular en Quimantú: placer, trabajo y revolución". *Kamchatka* 17: 335-359.
- Barr-Melej, Patrick. 2017. *Psychedelic Chile: Youth, Counterculture, and Politics on the Road to Socialism and Dictatorship*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Brunner, José Joaquín et al. 1989. *Chile: transformaciones culturales y modernidad*. Santiago de Chile: FLACSO.
- Canto Novoa, Nadinne. 2012. "El lugar de la cultura en la vía chilena al socialismo: notas sobre el proyecto estético de la Unidad Popular". *Revista Pléyade* 9: 153-178.
- Catalán, Carlos et al. 1987. *Transformaciones del sistema cultural chileno entre 1920-1973*. Santiago de Chile: CENECA.
- Chavarría Contreras, Rafael et al. 2018. *Sueños encauzados: gestión cultural durante la unidad popular 1970-1973*. Santiago de Chile: Asterión.
- Coloma, Jorge. 1969. "La historieta, veneno en cuadritos". *Principios* 129 (enero/febrero): 69-76.
- Donoso, Catalina. 2018. "Pequeño hombre nuevo: Cabrochico y los imaginarios de infancia de la izquierda". *Tebeosfera*. Tercera época 8: s. p. [https://www.tebeosfera.com/documentos/pequeno\\_hombre\\_nuevo\\_cabrochico\\_y\\_los\\_imaginarios\\_de\\_infancia\\_de\\_la\\_izquierda.html](https://www.tebeosfera.com/documentos/pequeno_hombre_nuevo_cabrochico_y_los_imaginarios_de_infancia_de_la_izquierda.html).
- Dorfman, Ariel y Armand Mattelart. 1971. *Para leer al Pato Donald*. Valparaíso: Editorial Universitaria.
- Dorfman, Ariel y Manuel Jofré. 1974. *Superman y sus amigos del alma*. Buenos Aires: Galerna.
- Eco, Umberto. 1968. *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas*. Barcelona: Lumen.
- Facuse, Marisol. 2018. "Arte, cultura y política en la experiencia editorial de Quimantú". En *Quimantú: prácticas, política y memoria*, editado por María Isabel Molina, 89-119. Santiago de Chile: Grafito.
- Gomes, Ivan Lima. 2012. "A revista em quadrinhos *Cabrochico* e os debates culturais para a construção da 'via chilena para socialismo' (1971-1972)". *História Unisinos* 16, n.º 1: 43-54.
- 2015. "Os sentidos dos quadrinhos em contexto nacional-popular (Brasil e Chile, anos 1960-1970)". PhD diss., Universidade Federal Fluminense.
- 2016. "Humor e política na desconstrução dos super-heróis na América Latina durante a Guerra Fria: o olhar dos quadrinhos". *Revista Tempo e Argumento* 8, n.º 18: 40-67. <http://dx.doi.org/10.5965/2175180308182016040>.
- 2021. "Para ler a Unidad Popular: Editora Quimantú e leituras para crianças durante 'A via chilena para o socialismo' (1971-1973)". *Revista Brasileira de História de Educação* 21, n.º e166: 1-28. <http://dx.doi.org/10.4025/10.4025/rbhe.v21.2021.e166>
- González Pino, Miguel y Arturo Fontaine Talavera, eds. 1997. *Los mil días de Allende*. Tomo 2. Santiago de Chile: Centro de Estudios Públicos.
- Groensteen, Thierry. 2000. "Why Are Comics Still in Search of Cultural Legitimization?". En *Comics & Culture: Analytical and Theoretical Approaches to Comics*, editado por Anne Mag-nussen y Hans-Christian Christiansen, 3-12. Copenhagen: Museum Tusulanum Press.

- Hochberg, Elizabeth L. 2020. “Nuevas experiencias de lectura para la Unidad Popular: la ‘novela tabloide’ ...y corría el billete (1972) de Guillermo Atías”. *Revista Chilena de Literatura* 102: 437-466.
- Jofré, Manuel Alcides. 1983. *La historieta en Chile en la última década*. Santiago de Chile: CENECA.
- 1986. *Publicaciones infantiles y revistas de historietas en Chile, 1895-1973*. Santiago de Chile: CENECA.
- Kunzle, David. 1978. “Chile’s *La Firme* versus ITT”. *Latin American Perspectives* 5, n.º 1: 119-133.
- López, Hilda. 2014. *Un sueño llamado Quimantú*. Santiago de Chile: Ceibo.
- Lugoze [Luis Goyenechea Zegarra]. 1970. *La palmada en la frente*. Santiago de Chile: Chile Joven.
- Mardones Leiva, Marjorie. 2015. “Las manchas de la memoria: Editorial Quimantú y Editorial Gabriela Mistral”. *Revista F@ro* 1, n.º 21: 72-80.
- Mattelart, Armand et al. 1976. *Los medios de comunicación de masas. La ideología de la prensa liberal en Chile*. Buenos Aires: El Cid.
- Molina, María Isabel. 2018. “Las prácticas editoriales en Quimantú”. En *Quimantú: prácticas, política y memoria*, editado por María Isabel Molina, 19-88. Santiago de Chile: Grafito.
- Monsalve, Waleska. 2018. “Introducción”. En: *Quimantú: prácticas, política y memoria*, editado por María Isabel Molina, 9-17. Santiago de Chile: Grafito.
- Montealegre, Jorge. 2008. *Historia del humor gráfico en Chile*. Lleida: Milenio.
- “Pato Donald”. 1972/1973. *Chile Hoy* 11: 19.
- Portales C., Diego. 1981. *Poder económico y libertad de expresión. La industria de la comunicación chilena en la democracia y el autoritarismo*. Ciudad de México: Nueva Imagen.
- Rinke, Stefan. 2013. *Encuentros con el yanqui: norteamericanización y cambio sociocultural en Chile 1898-1990*. Santiago de Chile: DIBAM.
- Rivera Aravena, Carla. 2015. “Diálogos y reflexiones sobre las comunicaciones en la Unidad Popular. Chile, 1970-1973”. *Historia y Comunicación Social* 20, n.º 2: 345-367.
- Rojas Flores, Jorge. 2016. *Las historietas en Chile 1962-1982: industria, ideología y prácticas sociales*. Santiago de Chile: LOM.
- Schmiedecke, Natália. 2021. “Los intelectuales y la cuestión de la cultura popular: interpretaciones e iniciativas durante la Unidad Popular”. *Kamchatka* 17: 15-41.
- Sol del Saber. 2019. “Cabrochico”. <http://www.soldelsaber.cl/cabro-chico/>.
- Soto G., Ángel. 2003. “Caricatura y agitación política en Chile durante la Unidad Popular, 1970-1930”. *Bicentenario. Revista de Chile y América* 2, n.º 2: 97-135.
- Subercaseaux, Bernardo. 1984. *La industria editorial y el libro en Chile, 1930-1984*. Santiago de Chile: CENECA.
- 2003. “El estado como agente editorial”. En *La Unidad Popular treinta años después*, editado por Rodrigo Baño, 269-287. Santiago de Chile: LOM.
- Torrecilla, Arturo. 1980. “Cultural Imperialism, Mass Media, and Class Struggle: An Interview with Armand Mattelart”. *Insurgent Sociologist* 9: 69-79.

Fecha de recepción: 11.10.2022

Fecha de aceptación: 19.12.2022