VENEZUELA - La cultura, otra vez la cultura

Miguel Guaglianone

Miércoles 19 de septiembre de 2007, por Miguel Guaglianone

Venezuela está inmersa en un profundo proceso de cambios. El proceso bolivariano está realizando inmensos esfuerzos por promover cambios económicos, productivos, educacionales, institucionales y hasta de distribución geográfica y humana en nuestra nación. Pero estamos dejando un importante flanco al descubierto. *Los cambios culturales*, que están incluidos en la definición más amplia de *cultura* [1] y que abarcan los sistemas de valores y los hábitos y costumbres de vida, y que son los que definen la visión del mundo de los integrantes de cualquier sociedad y determinan sus acciones.

…que la cuna del hombre la mecen con cuentos…
Que los gritos de angustia del hombre los ahogan con cuentos…
Que el llanto del hombre lo taponan con cuentos…
Que los huesos del hombre los entierran con cuentos…

León Felipe

La cultura de la dominación

A lo largo y ancho de la historia humana los individuos o grupos que han sustentado el poder se han apoyado en dos factores: el terror emanado por el ejercicio directo de la fuerza, y la persuasión producida por la dominación ideológica. En el caso del terror, lo que obliga al dominado es una fuerza externa a él, a la que siempre podrá visualizar y oponerse.

En el caso de la persuasión el control está ejercido desde el interior de cada individuo y desde allí no sólo es más difícil enfrentarse a uno mismo, sino que se vuelve muy confusa la propia identificación del enemigo. *No hay mejor dominado que aquel que piensa y ve el mundo con los ojos y valores del dominador.*

Aprendí de muy joven este inmenso poder del control ideológico. Mi abuelo materno fue *puestero* [2] de uno de los más grandes latifundios ganaderos del Uruguay. Durante muchos años cuidó el lugar dónde habitaba, controló y trasladó la producción de ganado y lana, crió una extensa familia y llegó a tener un capital en animales propios y el respeto de su comunidad. Al cumplirse 39 años de su trabajo el dueño del latifundio lo llamó y le explicó que según la ley, si llegaba a los 40 años en esa situación, la tierra pasaría a ser de su propiedad y que por lo tanto debía irse. Mi abuelo vendió todos sus animales, tomó sus petates y sus hijos y después de haber sido toda su vida un hombre del campo, emigró a la capital. Recuerdo que a mis 15 años, cuando le preguntaba porqué, si la ley lo protegía y el había cuidado y desarrollado esa tierra durante tanto tiempo, no se había quedado a reclamarla, me contestaba apesadumbrado que no se le hubiera ocurrido nunca hacerlo. “La tierra era de su legítimo dueño, yo no podía robarle su propiedad”, me decía. El abuelo pensaba con los valores de su patrón, y eso le costó la pérdida de su patrimonio, de su organización familiar y de su vida, ya que no pudo soportar el shock de su obligado traslado a la ciudad y murió pocos años después de un cáncer. Así aprendí cuanto poder existe en los sistemas de valores y creencias y como éstos son utilizados para la dominación. Posiblemente estos sucesos sean el temprano origen de una posición crítica de mi parte hacia lo establecido, sobre todo cuando podía ver en el caso de mi abuelo no sólo como había sido despojado del esfuerzo de toda una vida sin ningún tipo de compensación, sino que su patrón lo había hecho en un momento de inmensas ganancias, ya que había finalizado la Segunda Guerra Mundial y comenzaba la de Corea y los precios de la carne y la lana se habían disparado, engordando prodigiosamente las fortunas de los grandes latifundistas ganaderos del Sur.

Veamos entonces, si este tipo de control y ejercicio de la dominación funcionaba tan engrasadamente en ese entonces, *¿qué sucederá hoy, cuando el inmenso desarrollo de los medios de comunicación permite la transmisión de valores y creencias en forma masiva, continua e instantánea?*

El sistema de alienación semi-feudal, en el cual el explotado pensaba y creía en los mismos valores que el explotador, era transmitido de boca-a-oreja, por el contacto directo con los otros miembros de la sociedad, aún en aquellos casos como las ceremonias religiosas o eventos sociales en que el proceso era público. El desarrollo desenfrenado de los medios de comunicación de masas en nuestra sociedad actual, la globalización de sus mensajes y su continua penetración en la vida cotidiana de las gentes conforman un sistema cerrado y autovalidado de educación-alienación que nos determina y determina a las nuevas generaciones a cómo ver el mundo y con qué valores interpretarlo.

Los medios crean una seudo-realidad y nos afirman constantemente que esa es *nuestra* realidad. El modo en que esa seudo-realidad está estructurada depende de factores e intereses del poder político, del poder económico (las razones del mercado) y del poder social. Los patrones de conducta social, familiar, sexual, estética, de consumo, de status, los que son apropiados o no apropiados y todo el sistema de valores subyacente que determina estos patrones, es proporcionado cotidianamente (en forma implícita o explícita) en mensajes audiovisuales de alto impacto perceptivo. Así, sin notarlo, tendemos a pensar como el enemigo sin tener conciencia de ello, tal como el pez no tiene conciencia del agua en la que se mueve.

Con nosotros es la cosa

Este sistema de penetración ideológica surge de los países centrales (y es lo que explica el caso del pueblo norteamericano, atrapado en la visión del mundo proporcionada por Fox News, e incapaz de reaccionar ante la política suicida de los neocom) y se distribuye a través de los medios masivos (TV, radio y prensa) cuyo contenido está unificado y globalizado en un pequeño grupo de cadenas de TV, radio y agencias de noticias.

Para nosotros, en la periferia, el sistema funciona a toda maquina. Nuestras elites “piensan y se sienten” primer mundistas (y eso explica mucho de las desubicaciones de la oposición en nuestra historia reciente) y también nuestro pueblo, a partir del bombardeo constante, aspira a sus patrones de consumo y cree en los valores impuestos.

Para tratar de hacer visible como está funcionando este proceso en nuestra sociedad, vamos a considerar tres “hechos sociales” (de la cultura) acontecidos en nuestro país en el primer trimestre del año 2007. Como advertencia previa queremos dejar establecido que *no es la intención de estas reflexiones atacar particularmente a nadie, ni descalificar el trabajo de nadie.* La penetración ideológica es un asunto sutil, muy difícil de hacer conciente, y es necesario ir bien a fondo para poder desentrañar sus mecanismos, aún al riesgo de aparecer como fundamentalistas.

Fútbol y show

Se realizó en Caracas, en el Teatro Teresa Carreño, el sorteo para determinar la estructura del torneo de la Copa América, el más antiguo en la historia del fútbol y fue transmitido en cadena nacional y su señal enviada al exterior. La propia publicidad del evento se encargó de dejar claro que sería visto por unos 160 millones de personas. Era una ocasión ideal para mostrar lo mejor de nuestro país y del proceso de cambios que estamos viviendo a través de esa ventana al mundo. No voy a comentar aquí sobre la calidad técnica de la presentación, cuya pobreza pudo deberse a múltiples razones tales como escasez de tiempo, falta de presupuesto o defectos de producción, lo importante es analizar el formato.

Formato que fue desde un Cristóbal Giménez cantando música llanera acompañado por un cuerpo de bailarines de fondo con una coreografía al mejor estilo de West Side Story, pasando por bailarinas de nuestras danzas tradicionales levantando los bordes de sus faldas a la manera inventada por Yolanda Moreno para el “great show” de las presentaciones de TV local, o un Tambor Urbano (un gran exponente de nuestros ritmos) haciendo un “Caballo Viejo” llanero a punta de tambor, hasta el broche de oro de un grupo de zapateadores de joropo equipados con botas altas, convirtiendo nuestro zapateo (que se realiza

en alpargatas sobre piso de tierra) en un espectáculo al estilo del malambo del sur del continente (con su sonido incluido), o la presencia de una pareja de presentadores (ninguno de ambos profesional en esa tarea) con el palmarés del estatus de TV que da ser un actor de telenovelas y una modelo conocida.

Vamos a ser claros, creemos que debe innovarse, que es necesario mostrarnos como hoy somos y no a través de gastados clisés del folklore, pero hay una distancia enorme entre lo que puede ser la creatividad autóctona realizada por innumerables productores independientes con nuevas propuestas y los shows al mejor estilo mayamero de Emilio Estefan, que una parte de nuestra mala TV ha querido siempre imitar. No es con esta estructura audiovisual -una burda copia mercantilizada y masificada del "American Show"- como vamos a mostrar nuestra cultura, para lograr hacerlo debemos estar concientes de cuanto nos pesan estos patrones y sus valores subyacentes, a fin de actuar con la libertad de ser como realmente somos y no condicionados por una óptica impuesta que nos es ajena.

Quince minutos de fama

Por las mismas fechas se realizó en Caracas -concretamente en el Estadio Universitario- el "casting" para un evento organizado por un canal de cable internacional. Lo que parece increíble (y puede verse en las propias promociones que hace el canal de este evento) es la gran cantidad de jóvenes venezolanos que acudieron a probar su suerte, *aspirando a ser seleccionados para competir en la lucha por convertirse en el "Latin American Idol"*, así mismo como suena. No un concurso para encontrar un ídolo del pop latinoamericano, sino un ganador en el propio inglés del merchandising de la dominación. No sólo fue sorprendente la *cantidad* de jóvenes presentes colmando las instalaciones del estadio, sino que también resultó desconcertante su composición social. No estuvieron allí solamente los hijos de nuestras clases medias tan hipnotizadas por el "american way of life", sino que fue muy significativa la presencia de nuestros sectores populares. Por lo que dejaban apreciar las imágenes, la distribución de clases se parecía mucho a la de toda la sociedad. Es que gracias a nuestros patrones consumistas, la televisión por cable está muy presente en nuestras barriadas (en las cuales es posible distinguir en una ojeada el bosque de antenitas parabólicas) y su penetración adoctrina también a los hijos de las clases populares.

La motivación principal a ser parte de este juego tiene origen en el valor de los *"15 minutos de fama"* que pueden dar un significado pleno a la vida gris de un americano medio perdido en la masa anónima. O la aspiración a ser el "*winner*", el ganador, el único válido socialmente. Un ganador que será elegido por un implacable jurado que juzga, anatemiza, se burla y algunas veces condesciende en alabar a los concursantes, y en el que la imagen de cada uno de sus miembros es publicitada junto al evento, por ser ella también una parte del espectáculo. Así, estas valoraciones transplantadas y las conductas que producen son parte de las aspiraciones y expectativas de gran parte de nuestra juventud.

Prótesis mamarias en promoción

Finalmente, en la primera semana de febrero el periódico *Ultimas Noticias* nos informaba de unas promociones realizadas por dos importantes cadenas de venta de medicamentos y productos médicos en las que algunos de sus premios consistían *en la implantación gratuita de prótesis en los senos de las ganadoras.*

Es sabido como en los últimos años y partiendo del paraíso primer mundista, viene creciendo en todo el planeta a pasos agigantados el mercado de la cirugía estética [3]. Dos valores juegan allí el principal rol (por supuesto dentro del objetivo de lucro en un mercado en expansión): El concepto de la accesibilidad a "cuerpos perfectos" determinados por criterios estéticos impuestos desde el norte, y la importancia de la "imagen exterior" como fundamental para el status social (a nadie parece importarle que en parte de los casos los implantes mamarios dejan grandes -y feas- cicatrices y en todos los casos la textura de las siliconas se vuelve parte de la textura del seno, lo importante aquí es *la forma* y *el volumen).* Así, nuestras mujeres aspiran a parecerse (esa es la constante del mensaje recibido) a esas catiras de ojos claros, pelos lisos y grandes senos, que son el patrón estético impuesto por la globalización. Nuestras tropicales morenas de amplias caderas alisan sus pelos ondulados y sueñan con aumentar el volumen de sus pechos, buscando parecerse al ideal femenino impuesto por las series americanas de televisión, los eventos de las "estrellas" y la farándula y toda la publicidad de "belleza y estética" [4].

Estas promociones estaban dirigidas a ofrecer premios que llenaran claramente las expectativas, tanto de nuestras mujeres que aspiran a acercarse a ese prototipo de belleza, como de nuestros hombres, que aspiran ser acompañados por mujeres de este aspecto.

¿Entonces, qué hacemos?

Estos tres ejemplos son una muestra de como estamos actuando socialmente guiados por valores impuestos en nuestro subconsciente desde la visión hegemónica imperial y no hemos logrado implantar aún unos nuevos que tengan que ver con nosotros mismos y nuestro proceso social y nos permitan una conducta realmente liberadora.

En nuestro proceso se están dejando en segundo plano esta parte de los cambios tan importante para la construcción de un verdadero socialismo del Siglo XXI. No es en absoluto suficiente con los aleccionadores consejos del presidente al pueblo en sus intervenciones públicas, acerca del abandono de los patrones de consumo, del desarrollo de los valores de la solidaridad frente al individualismo, la búsqueda de los valores de excelencia, la honestidad, etc.

Sería imprescindible una política de estado que contemplara *específicamente* el cambio de valores y patrones de conducta, *que considerara esta concepción amplia de la cultura como principal objetivo.* Que desarrollara sistemas institucionales horizontales y participativos encargados de afrontar toda esta situación. Que investigara antropológicamente cuales son los valores reales y autóctonos de nuestras gentes y los promoviera, así como que estimulara, financiara y promoviera la discusión del ejercicio de nuevas y alternativas formas de vida y relación. En definitiva, un esfuerzo paralelo al de la educación tradicional pero orientado sobre todo al descubrimiento, promoción y estímulo de los nuevos valores, al desarrollo de un pensamiento critico colectivo acerca de los valores impuestos desde la hegemonía de la dominación, a la toma de conciencia de cómo también desde allí estamos siendo manejados.

Mientras sigamos pensando y viendo las cosas como los dominadores, no importará el éxito que logremos en otros aspectos del cambio en la sociedad. Una verdadera revolución implica compartir entre todos (o una gran mayoría) *una nueva visión del mundo, unos nuevos objetivos y una nueva forma de hacer las cosas*.

El hombre nuevo tendrá una forma de vida nueva o no lo será.

Notas

[1] “Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc” Tercera acepción de la palabra cultura, Diccionario de la Real Academia Española, página web http://buscon.rae.es/drae.htm, Vigésima Segunda Edición. 2001

[2] En la periferia de los grandes latifundios (sobre todo a fines del siglo XIX y en las primeras décadas del siglo XX) existían “puestos”, pequeños núcleos habitados que controlaban las fronteras de las estancias (fundos) y que podían encontrarse hasta a dos o tres días de viaje de la casa principal. Generalmente existía una persona (y su familia) quienes eran responsables del asentamiento.

[3] Tanto así, que hasta es el tema central de una serie americana de TV, que por supuesto se transmite para todos nosotros con subtítulos o doblada, vía cable y señal abierta.

[4] Ya corrigiendo este escrito, recibo por Internet una presentación (en alemán) con fotos hechas para Playboy de una modelo llamada Hiromi Oshima, que de asiática conserva sólo el nombre y los ojos almendrados, ya que por supuesto sus mamas están aumentadas hasta llenar el patrón impuesto, sus labios están implantados de silicona y todo su cuerpo moldeado según la tradicional estética femenina de la revista, lo cual nos muestra una vez más hasta que punto este fenómeno es parte de la ideología de la globalización.