Globethics Repository



Reflexionando sobre identidad y cultura latinoamericanas a partir de dos textos [Reflecting on identity and Latin American culture from two texts]

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository. More information on Globethics see https://www.globethics.net. Data and content policy of Globethics Repository see https://repository.globethics.net/pages/policy.

Item Type	Article
Authors	Coliarte T., Marida;Alfaro C., Claudio
Publisher	Departamento de Trabajo Social de la Universidad Católica Silva Henriquez
Rights	Creative Commons Copyright (CC 2.5)
Download date	2026-11-15 08:30:28
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/216913

ENSAYO

REFLEXIONANDO SOBRE IDENTIDAD Y CULTURA LATINOAMERICANAS A PARTIR DE DOS TEXTOS: *LOMA ARDIENTE Y VESTIDA DE SOL* Y *LA CULTURA HUACHACA*[1]

Maricla Collarte T.
Claudio Alfaro C.[2]

Este artículo fue elaborado a partir de un trabajo presentado por sus autores a la Cátedra "Cultura Popular Latinoamericana" impartida en el segundo año de formación de la Carrera de Trabajo Social de la Universidad Católica Blas Cañas. Se trata de una comparación entre distintos rasgos definitorios que permiten describir el modo en que se configuran y perciben, en Latinoamérica, los conceptos de Cultura, de Identidad y lo Popular. Los elementos de base para la discusión lo constituyen dos textos de escritores latinoamericanos, que responden a dos realidades culturales diferentes. Uno, el escritor Rafael Pernett y Morales, con su obra **Loma Ardiente y Vestida de Sol**, *contextualizada a la realidad de Panamá, de donde es originario. El otro autor, Pablo Hunneus, a través de su ensayo sociológico* **La Cultura Huachaca o el Aporte de la televisión** *se centra en la descripción de la influencia de la televisión en la realidad cultural chilena. Nuestro análisis se realiza a partir de algunos de los aspectos esenciales de las obras en cuestión que no apuntan necesariamente al tema de la cultura o de lo popular en tanto ensayos, sino más bien se intenta fundamentar la idea de que a pesar de las diferencias, que refieren a marcos formales e idiosincracias distintas, existe similitud en los autores en cuanto a su concepción de los rasgos distintivos a lo interno de la sociedad. Del mismo modo, se advierte de qué manera dichos rasgos constituyen elementos claves para la interpretación de la cultura e identidad en América Latina. El tema se analiza en torno a las distintas concepciones sobre cultura e identidad y a las formas en las que diferentes sociedades lationamericanas incorporan este discurso.*

1 La elaboración de este artículo contó con el apoyo del docente de la Cátedra sobre Cultura Popular Lationoamericana, Jairo Castillo, académico de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Católica Blas Cañas.

2 Alumnos de la Carrera de Trabajo Social de la Universidad Católica Blas Cañas.

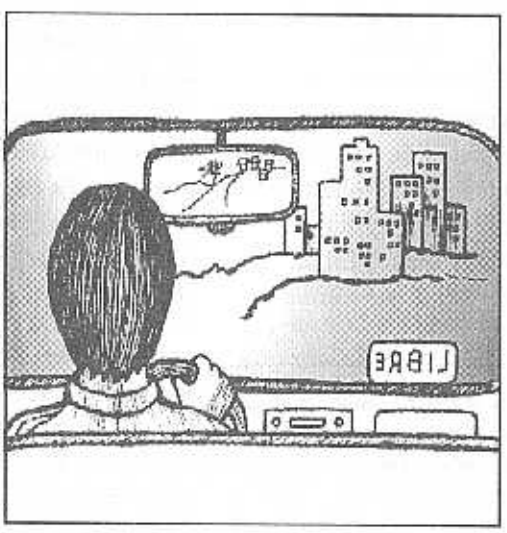
ELEMENTOS PARA LA DISCUSION

La complejidad y heterogeneidad de las sociedades modernas, nos enmarcan dentro de una realidad donde se torna difícil poder definir qué se entiende por cultura y al mismo tiempo, reconocer si las características dadas a la misma permiten dar cuenta del fenómeno de la cultura popular.

La noción básica de cultura la entiende como "aquella totalidad compleja que incluye conocimientos, creencias, arte, costumbres y cualesquiera otras aptitudes o hábitos adquiridos por el ser humano como miembro de la sociedad" (Taylor, citado por Alvarado, 1996:9), es decir, se entiende el concepto de cultura como toda creación del ser humano que permite su convivencia y desarrollo en sociedad, y que se relaciona tanto con rasgos de orden material como inmaterial (marcos simbólicos) de la sociedad.

Una segunda aproximación la realiza Carlos Piña, al afirmar que "el concepto de cultura... hace referencia a los procesos de significación, estructuras simbólicas, lenguaje, costumbres cotidianas y relaciones sociales, en tanto representan formas y códigos colectivos, mediante los cuales se construye, reproduce y entiende lo real, se otorga sentido y organización al mundo" (Piña, 1984:270). En esta definición los procesos mencionados se constituyen en creación del hombre para desenvolverse en sociedad; lo que el autor denomina red de significaciones.

No obstante, la noción de cultura popular es más amplia. Entre las diversas acepciones, hay las que sitúan este concepto en referencia directa con "lo rural" (en contraste con lo urbano) por considerar que es en este espacio donde podemos aún encontrar elementos propios de lo que se considera premoderno o inherente a las culturas existentes en América antes de la llegada de los colonizadores y su cultura Occidental.



Otro aporte lo realiza Manuel Marzal, quien identifica lo popular (y sus formas culturales), no como expresión de lo campesino o de lo que denomina cultura de la pobreza, sino como las expresiones masivas de la cultura, que serían consecuencia del sincretismo producido al enfrentarse las distintas culturas, marcos culturales, o redes de significaciones que convergen en América Latina. A modo de ejemplo, dicho autor plantea que los pobres no constituirían una subcultura, sino más bien poseerían una cultura plena en la medida que tienen sus propios marcos de referencia.

Una tercera posibilidad de interpretación es la de Pedro Morandé, quien señala que para poder comprender los conceptos de cultura y cultura popular se debe conocer primero lo que denomina "ethos cultural". Este, estaría compuesto por todos aquellos elementos que conforman la identidad cultural, además de los rasgos valóricos y los aspectos simbólicos. En cierto sentido todos los autores citados apuntan a la articulación entre los elementos simbólicos que dan como resultado un cierto "lenguaje de la cultura", y las redes de significaciones que estos elementos simbólicos crean. De manera que no se trata de un subproducto de "La Cultura", sino de una cultura en el sentido pleno, con códigos y significaciones propias.[3]

En lo que se refiere al concepto de lo popular propiamente tal, Piña propone tres rasgos o características que configuran su conceptualización, siendo el primero aquel que el autor de

[3] Del mismo modo, tanto Marzal como Morandé, defienden la idea de que la cultura en Latinoamérica se encuentra marcada por categorías y símbolos que provienen del sincretismo (latinoamericano), presente en todas las sociedades americanas y en todos los niveles o capas sociales.

nomina "sello de la negación", que se refiere a la ubicación social y económica en que se sitúan estas clases sociales y que las determina como subalternas.[4] Este sello de la negación sustentado en lo económico, define la identidad de quienes forman parte de dichas clases como los "no productores", los cuales al no estar incorporados al proceso de producción, constituirían la masa marginal. Según C. Piña, este primer elemento reflejaría una suerte de prejuicio respecto de la realidad de estos sectores.[5]

Lo Popular así identificado, conlleva una valoración negativa de la identidad popular, que conduce a una nueva negación al entenderlo como "parasitario y prescindible en lo social" (Piña, 1984:275). Esta valorización vinculada a la participación del sector en los mecanismos de producción, a la idea de los productores versus los no-productores, hace de lo popular un concepto sin connotación cultural. El prejuicio productivista apunta a que sólo quien participa en los mecanismos de producción formal, es capaz de crear cultura. La cultura devendría, en estos casos, un producto formal del cual las clases subalternas o populares están marginadas. Al mismo tiempo, se da por hecho que los marginados no cuentan con un sistema de normas y valores compartidos (desde la visión dominante), y por ende, no serían capaces de crear cultura. En ello se advierte una apelación a una cierta "ética de lo formal" y de la "subalternidad".

El segundo rasgo, opuesto al anterior, sería el de la idealización de lo popular, que consiste en la valorización de todas aquellas expresiones que se encuentren en confrontación, oposición, o constituyan propuestas alternativas a la cultura dominante. Su valorización está determinada por el rescate que realiza de lo que se denomina "el pueblo", como creador del sujeto popular, contestatario y opositor a la cultura oficial.

Un tercer rasgo, permitiría la definición de lo popular como relación y parte del supuesto de identificar la identidad cultural de los grupos o clases sociales como un conjunto de significaciones que son socialmente validas en su interior, lo cual otorga a los individuos un marco de referencia y una red de significaciones que les permite representarse y reproducir la realidad. En tal sentido, se trataría de una verdadera cultura que responde a las necesidades de los grupos populares y que tiene como condición para su generación, la comunicación y la solidaridad. Su sello distintivo es el de la supervivencia. En este contexto se plantea que lo popular en la cultura, está determinado por las clases sociales, en la medida que existiría una desigualdad en el modo de acceder a los códigos culturales dominantes.

Para C. Piña, "hablar de *'lo popular'* es hablar de un hecho social concreto, es hablar del conjunto de la sociedad que lo crea y, a la vez, lo rechaza" (Piña, 1984:286); es decir, la definición de identidad cultural se encuentra determinada por el conjunto de relaciones sociales e históricas que a través de un proceso dialéctico la van configurando. Todo ello dentro de un contexto político, histórico, social, económico y cultural dado. En consecuencia, para definir cultura y cultura popular como fenómeno en América Latina, es necesario tener presente la identificación, definición, o en todo caso caracterización del ethos latinoamericano. En este proceso es indispensable considerar el fenómeno del sincretismo, además de las concepciones de negación, idealización y relación que pesan sobre lo popular.

---

4 Resulta interesante el planteamiento de Pierre Bourdieu en su artículo "Posición de clase y situación de clase", en lo que refiere a la definición y caracterización del concepto "clase". No sólo por lo que la clase y sus integrantes suelen decir y ver de sí mismos, sino también por el hecho de que la clase como tal otorga sentido a las redes de significación y crea marcos simbólicos. Además de ello hay que tomar en cuenta los elementos estructurales en los que se encuentra inmersa. "La clase social no es sólo un "elemento" que existe por sí mismo sin ser modificado o calificado de algún modo por los elementos con que coexiste, sino también una "parte", es decir un constituyente determinado por su integración en una estructura", (Bourdieu, 1969:74-75).

5 Esta forma de concebir las clases sociales, responde a un cierto prejuicio burgués sobre los elementos definitorios de la misma. De acuerdo a Bourdieu, este prejuicio "coloca el resorte de la diferenciación social fuera de lo cotidiano, en lo simbólico y no en lo económico, en el consumo y no en la producción", (Bourdieu, 1984:25). Es una paradoja al revés: el que no consume es porque no produce.

Los antecedentes proporcionados son importantes al momento de comparar las dos obras literarias mencionadas al comienzo de este artículo; ambas dan cuenta de ciertas formas culturales presentes en distintos países de América Latina. En ellas no se apela a una definición enciclopédica de los conceptos de cultura y cultura popular. Los textos pretenden dar pistas respecto de las formas en que se expresan ciertos marcos simbólicos en sociedades que a priori se definen como distintas. A partir de la descripción que éstas realizan, se busca dilucidar los rasgos característicos de lo popular y sus formas culturales en ciertas realidades de América Latina.

LA SOCIEDAD Y LO POPULAR

En **La Cultura Huachaca** (en adelante, CH), el autor plantea que en la sociedad ha existido históricamente la tendencia a vincular lo popular con el medio rural y con las culturas autóctonas preexistentes a la llegada de la cultura occidental, las que han resistido el proceso o campaña civilizadora impulsada, desde la ciudad, por las clases sociales inspiradas en la Ilustración.

El rasgo que se encontraría presente en esta concepción, es el de la negación de lo popular, en el sentido que la existencia de estas características "autóctonas" no permitiría el desarrollo, ya que estos grupos se resistirían al cambio, lo que habría orientado "la campaña civilizadora" preferentemente a estimular las potencialidades de la ciudad.

Otra referencia a lo mencionado anteriormente, lo encontramos a través de la visión que nos da Hunneus de lo que él denomina el intelectual medio: "de novelista a economista", quien tiende a exaltar el carácter occidental de la sociedad y a pensar la realidad latinoamericana en términos europeos. Reflejando el caso de Chile es que Hunneus dice: "Por ejemplo, la característica de una serial de televisión –"La Madrastra"– es precisamente el rascacielos más moderno de Santiago y toda su ambientación, con actrices rubias y de ojos azules, presenta una imagen europeizante de la realidad. Lo mismo los avisos comerciales y la arquitectura: son cuidadosas fabricaciones tendientes a mostrar una imagen "moderna" (CH:24).

Por su parte, **Loma Ardiente y Vestida de Sol** (en adelante LAVS), el autor apela no a la conciencia colectiva, sino que aprovecha a uno de los personajes (Carmencita), para señalar el prejuicio productivista y negador de lo popular señalado anteriormente. Este personaje, siendo de la Loma, señala que los pobres "eran pobres porque querían, porque sólo pueden morirse de hambre los que son vagos y sinvergüenzas" (LAVS:19).

El imperativo de este personaje es olvidarse que alguna vez habitó la Loma, y alcanzar un nuevo status en la sociedad, introduciéndose, para ello, en los mecanismos formales de producción. Del mismo modo, esta negación de lo popular se encuentra en la distancia que existe entre la Loma y la ciudad que se divisa desde ella. Para la ciudad, la Loma (lo popular) no existe, no hay mayor conexión entre ambas, a menos que sea en virtud de una preocupación puntual e instrumental en provecho de la ciudad.

En CH existen numerosas referencias que nos permiten descubrir la presencia del rasgo que dice relación con la idealización de lo popular. Por ejemplo "la porfiada sobrevivencia de una cultura popular firmemente arraigada en el campo y pueblos chicos del interior" (CH:21), la cual es transmitida en gran parte en forma oral. El autor también plantea que las fuerzas culturales que existen en Latinoamérica, son culturas que se relacionan entre sí de un modo en el cual ambas se van contaminando en una constante pugna.

Los rasgos que hacen referencia a lo popular como relación, son planteados por Hunneus como un choque entre dos culturas, producto de la migración del campo a la ciudad, la cual "se efectúa sin los mecanismos de socialización que faciliten una integración armónica", ya que producto del proceso civilizador se ha favorecido la ciudad y descuidado el campo. De este modo, se establece que los individuos se van apropiando en forma desigual de los distintos códigos y símbolos sociales y culturales existentes en la sociedad.

En LAVS, existe la visión que la sociedad (ciudad) crea y a la vez rechaza lo que ha generado, en este caso, la existencia de la Loma. Ello se hace evi

dente en una conversación entre el narrador y Santo el Taxista –que observan la ciudad desde lejos– y sobre ella dicen "ya sabes que para causar buena impresión a los turistas se llena el centro de la ciudad de rascacielos que albergan oficinas y a los pobres se los manda a los extrarradios porque estorban y dan mal aspecto (...) mas allá de ese edificio salen dos autopistas para que las usen los que tienen automóviles y aquí en la Loma, ardiente y con ropaje solar, no hay aceras y hay que caminar sobre tablas para llegar a casa" (LAVS:14).

Los autores con los que se trabaja no son originales en el sentido primigenio de la palabra. Ambos tienen una visión crítica de la sociedad moderna latinoamericana y de los íconos a través de los cuales se fundamenta. Por ende el tema de la cultura también es en ellos fuente de conflicto. No se define el concepto; pero en definitiva la crítica velada que hacen al modelo vigente (un lugar común por lo demás), apunta al hecho de que la contradicción entre lo formal y lo informal, entre lo dominante y la subalternidad, entre la cultura oficial y la cultura popular es un tema que, dado el carácter de sus obras, constituye la matriz donde radica la problemática de lo popular.

Para Hunneus existe tanto la cultura popular como la cultura oficial, las cuales son expresión de mentalidades diferentes y que se encontrarían presentes en todos los estratos o clases sociales, siendo su principal conexión la fusión de elementos de una cultura con los valores de otra. Lo propio de las culturas latinoamericanas se encontraría, entonces, en esta fusión de culturas, y en el caso de Chile admite: "Nuestro "ethos" cultural, el espíritu esencial de nuestra identidad sociológica, es precisamente ser occidentales de forma y andinos de fondo" (CH:159). Es decir, en nuestro modo de actuar cotidiano se aprecian los rasgos de las culturas originarias, que permiten ordenar y explicar la realidad. Sin embargo en la vida oficial se es occidental, eficiente y desarrollado.[6]

Pernett y Morales por su parte, dedica su novela a hacer un repaso de una sociedad asentada sobre la discriminación social y racial, además de la marginalidad que ello implica. Apela al sincretismo no como una forma de conjunción cultural que siempre produce algo nuevo. En el caso de este autor, la conjunción cultural es evasión y los íconos adaptados desde otra realidad cultural, definitivamente ejercen un papel funcional en lo que refiere al fenómeno de la alienación.

Si bien su obra responde a una realidad concreta dentro del espectro de culturas latinoamericanas, con una visión localista además, se puede afirmar que muchas de las vivencias presentadas se encuentran en otras culturas locales. Lo que se relata en la obra, tiene su sello propio mediante el lenguaje y aquellos símbolos distintivos de la realidad panameña. Sin embargo, pese a sus características particulares, lo que se señala puede ser proyectado a otros barrios marginales del continente que comparten ese mismo mundo de pobreza y discriminación social, con todos los problemas que dicha situación acarrea. En este autor no se encuentra una tendencia a vincular lo popular con lo masivo, sino más bien con una cultura de lo marginal, centrada en códigos propios de un contexto social y económico dado.

Lo novedoso de Hunneus consiste en plantear un tercer marco cultural que no es ni popular ni occidental. Este se encontraría vinculado con lo masivo que es lo que denomina cultura "huachaca" producto de la influencia de la televisión en los grupos sociales, sobre todo en los de más escasa formación intelectual. En este caso, la denuncia explícita es al consumismo.[7]

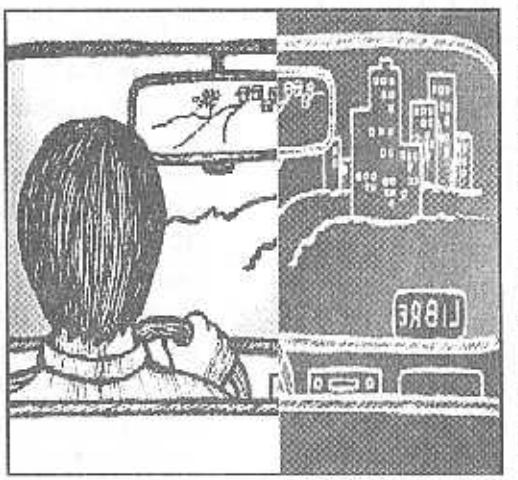
---

6 "Guayasamín, por ejemplo, utiliza pinceles ingleses y óleos alemanes para una representación estética ecuatoriana. Neruda se nutre largamente de la vida cultural europea antes de cantarle a Machu Pichu. García Márquez emplea una técnica netamente occidental para retratar Macondo. Los Jaivas usan sintetizadores electrónicos, piano de cola y altoparlantes descomunales para tocar ritmos andinos" (CH:159).

7 La cultura huachaca también posee símbolos y categorías, y eso lo expresa el autor al plantear que "la cultura huachaca propone como modelo de vida un mundo donde todo se logra sin esfuerzo, basta un Yasta para sentirse bien, una Coca Cola para ser siempre joven, y una tarjeta Visa para adquirir cuanto podamos necesitar. Cualquiera gana, todos lucen apuestos y bien trajeados, las seriales terminan siempre bien, los cantantes sonríen (...) nada de ética de trabajo, de sudor nuestro de cada día ni de constancia, todo en general fluye en forma expedita y simpática" (CH:83).

SOCIEDAD E IDENTIDAD CULTURAL

Las sociedades latinoamericanas no están culturalmente unificadas. A pesar de algunas formas centrales de integración y síntesis que indudablemente existen, las diferencias culturales son todavía muy importantes. Estas son más acentuadas en los países con un marcado componente étnico indígena y negro como es el caso del lugar desde donde se escribe LAVS. Se trata de sociedades plurales en las que subsiste una enorme diversidad cultural. Sin embargo, las diferencias culturales también existen, aunque en un grado menor, en países más homogéneos, como a los que hace referencia Hunneus (Chile y Argentina).[8] En ambos autores está presente la intuición que los elementos para hablar de identidad cultural pasan por un sinnúmero de filtros sociales, transformándose en factores cohesionadores y al mismo tiempo, diferenciadores de los distintos "ethos culturales" existentes en América Latina.[9]



LA PREGUNTA Y RESPUESTA SOCIAL POR LA IDENTIDAD

En la CH, se describe a través de diversos elementos, un tipo de sociedad donde la búsqueda de la identidad y la consecuente respuesta a ella está marcada por un instrumento que en los últimos años ha pasado a ocupar espacios de real significación a todo nivel, nos estamos refiriendo a la televisión, y con ella todo un mundo tras sus programas que reflejan de una u otra forma los símbolos con los que las personas terminarán tarde o temprano identificándose.

Para Hunneus el sujeto colectivo caería rendido ante la televisión y la publicidad que de ésta emana ya que "en Latinoamérica la televisión se encuentra arrinconada entre gobiernos que la emplean para hacerse propaganda y empresas que la emplean para promover sus productos" (CH:46). Pero la televisión es sólo una herramienta, lo que realmente da peso a la conformación de una identidad es lo que Hunneus llama la cultura huachaca, que la constituyen esa "enorme masa de arribados amontonándose a diario en la ciudad" (CH:70). A ellos la televisión les otorgaría identidad que en vez de acomplejarlos con una alta cultura a la que no tienen acceso, les presenta el mundo a su nivel. La cultura huachaca hace su aparición entre dos culturas, como se mencionó anteriormente, donde una va contaminando a la otra. Lo huachaca es un "conjunto de representaciones simbólicas de la realidad, de valores sociales, de normas morales y de mentalidades que definen una personalidad modal propia" (CH:75).

La sociedad latinoamericana se presenta para Hunneus, diferenciada entre lo que sería el mundo de la ciudad y el mundo de lo rural, dándole mayor énfasis a los problemas que afectan al hombre urbano en relación con su identidad, y dentro de lo urbano a aquél que forma parte de lo huachaca. Nuevamente

8 "En un continente como el nuestro, donde la heterogeneidad impera, la pregunta por la identidad se vuelve particularmente compleja. La diversificación, complejización y transformación de los grupos sociales, hacen que la pregunta por la identidad étnica se convierta en una interrogante de primer orden a partir de cuya respuesta es posible aportar elementos a los problemas planteados por el desarrollo, las desigualdades y el conflicto social" (Alvarado, 1996:26).

9 Los autores desde los que parte este artículo, refieren a una visión cultural e intelectual del problema. Pero al mismo tiempo se fundamentan en una connotada vocación ensayística, avalada en la tradición novelística latinoamericana, que ha sido fundamental para conocer nuestra realidad social e identidad cultural. Además de ello existe en América Latina una forma literaria que ha apostado al concepto de la literatura comprometida. El escritor escribe por compromiso social –dice Vargas Llosa-, la tradición ha exigido que "el escritor, por y para serlo, debía convertirse en activo participante, a través de sus escritos y de sus palabras, en la solución de los problemas de su país" (Vargas Llosa, 1996:17).

se destaca la relación que éste tiene con la televisión, la que al ser dinámica y convincente, reafirma su inseguridad presentándole un mundo donde todas sus inquietudes están atendidas. En este marco de relaciones, el individuo jugaría un rol semi-pasivo, que se define dentro del contexto de una despersonalización, llevada por la necesidad de identificarse con aquellos símbolos que para él son de difícil acceso, sobre todo si se trata de grupos en situación precaria, pero también atraídos por el mundo de fantasía que la televisión muestra.[10]

Por su parte, la sociedad que se nos describe en LAVS, presenta una serie de características que dan cuenta de una realidad física y social enmarcada en lo que se llama la "Loma", espacio donde deambulan una serie de personajes, generándose determinadas interacciones entre ellos y creándose un mundo lleno de símbolos y significados compartidos que van constituyendo junto a otros elementos, el proceso de identidad.

La Loma, el mundo descrito a lo largo de la novela es un espacio como cualquiera en donde se vive el hambre, el desempleo, la prostitución, la promiscuidad y la discriminación social. El narrador la presenta como "hileras de casas brujas que parecen un cinturón de fuego y que golpean la vista con su miseria estampada en el rostro. Y uno adivina la vida de los que viven en ellas, que las construyeron de madera, cartón y zinc porque no podían vivir en apartamentos ni en multifamiliares porque no tenían ni para un mendrugo de al mediodía" (LAVS:15). Nos da cuenta entonces de un lugar en Panamá donde se viviría una situación de extrema pobreza y marginalidad. Donde todos intentan salvarse de la situación de precariedad que los encarcela tal como se relata en la conversación entre el narrador y Santo, el taxista.[11]

Todos en la Loma forman parte de un mundo que muchas veces resulta patético por sus personajes: Fabiola, Viviana, Choni, La Petra, Domitila, etc. Tienen su vida marcada por ese lugar y la forma como en él se relacionan, siendo lo más significativo el caso de la prostituta Fabiola a quien describen así: "cinco hijos, dos maridos, dos chulos: menudo balance. Un hijo loco, uno ladrón, una muerta (¿?) y otro que no se sabe qué es lo que va a ser ¿qué destino era el suyo? Por lo menos había sido más fuerte que Marta y había seguido en La Loma" (LAVS:137). Seguir en La Loma es sobrevivir casi inhumanamente, sin embargo continuar allí es lo que les da identidad a quienes en ella permanecen.

Esa visión de patente marginalidad se va suavizando cuando se muestra a los personajes formando parte de una cotidianidad que raya entre lo hilarante y lo desquiciante. Pero sin duda se muestra como una subcultura. El sentido de pertenencia se da desde dos vertientes: una hace referencia a la privacidad perdida. "En la Loma tiene uno que codearse forzosamente con los que son vecinos, accidentales o no. La biografía de cada uno se mezcla con la biografía de los demás y luego no sabe uno quién es quién" (LAVS:139). La otra es el sentido de pertenencia al lugar físico, hecho crudo, sin romanticismo, retratado en la conversación entre el narrador y Santo el Taxista: "¿Ves dónde vives? ¿te acuerdas de cómo es cuando llueve? ¿sabes tú que los mosquitos de por estos lados son los más gordos del país?. Mira hacia allá, hacia el resto de La Loma, tu Loma, harta de casas brujas y disentería" (LAVS:139).

De acuerdo a lo visto, la resolución del conflicto por la identidad y las formas culturales socialmente aceptadas, pasan por el reconocimiento de la diversi-

---

10 En esta misma crítica a la masificación del consumo a través de un proceso televisivo, García Canclini apunta: "Mientras se industrializaba la producción y se multiplicaban los bienes de consumo modernos –autos, electrodomésticos–, la televisión los publicitaba, actualizaba la información y los gustos de los consumidores. Los artistas convierten en íconos los nuevos objetos y máquinas, aspiran a ser promovidos y entrevistados por los medios" (García Canclini, 1989:238-239).

11 "Todos en la Loma tienen su método para salir de esa mierda que los ahoga, hay quien roba sin darse cuenta que eso no cuaja y que muchas veces te pillan y te joden por algo que a lo mejor no vale...otros diez que que se meten a chulos de alguna ave pálida...otros se ganan la vida honradamente, como tú Santo, y siempre salen perdiendo: porque el que no pierde el tiempo es el patrón, que te quita lo que puedes y que con el resto pagues los impuestos." (LAVS:19). La vida de los habitantes de La Loma se enmarca en un sobrevivir o pasar a ser otro de los tantos explotados que sufren dicha situación con una serena resignación.

dad y de la heterogeneidad que al interior de cada sociedad latinoamericana existen. Ello, sin caer en los factores contradictorios que describía C. Piña al inicio de este artículo. La pregunta que emerge es aquella de cómo recogen esta heterogeneidad los autores cuya obra se analiza.

Según Hunneus, el conflicto media la televisión, ya que ésta aparece en un momento de la evolución social en que "una gran masa de población urbana se encuentra a media agua, sin ser enteramente populares como son sus padres ni suficientemente occidentales como los de arriba" (CH:52). Para él, el arribismo marca la tendencia de estos nuevos adeptos a lo huachaca, que no están insertos en una clase o grupo social específico y delimitado como los de la Loma, sino que atraviesan verticalmente la sociedad a nivel del huachaca, quien usa el sistema sin juzgarlo y sin oponerse a él.

Esta identidad que buscan a través de la televisión está plasmada de evasión, y la cultura huachaca tiende a no agudizar los conflictos. En cambio en la Loma las cosas que ocurren a quienes allí se relacionan afectan a todos, quienes de una forma evidente y directa se enfrentan a sus conflictos cotidianos. Ello porque de todas maneras es un mundo homogéneo.

La denuncia que realizan ambos autores, es que existe una tendencia (velada) hacia la negación de la heterogeneidad. No porque lo homogéneo sea atractivo per se, sino por el temor que produce la diversidad y la aceptación de la diversidad. La heterogeneidad cultural –apelando en este caso a lo popular–, el hecho de ser distinto, no es fácil de asumir ni de defender social ni culturalmente. La distinción cultural ya está predefinida de acuerdo a estereotipos culturalmente aceptados y por ende difícilmente reversibles. Por otra parte, los propios medios de comunicación, y la televisión más específicamente, apelan a la noción de sociedad como un posible mercado, en donde los elementos de heterogeneidad pierden sentido. Lo diferente vende sólo en la medida que *sea masivo*.[12]

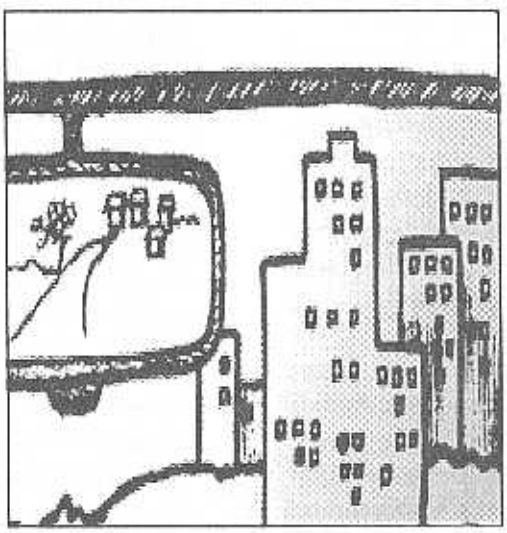
La televisión (en el análisis de Hunneus), ha sido un medio excelente para la homogeneización del discurso y del sentir. Cada día son más los que quieren acceder a este medio y el embrujo que ejerce sobre el campo nos da cuenta de una sociedad que no integra armónicamente a su gente sino que desplaza cada vez más al mundo rural en donde "los jóvenes campesinos empiezan a sentirse desubicados en su ambiente. Ya no es sólo un problema de "pobrería" estructural que los empuja hacia la ciudad; ese magnífico horizonte musical y a color que se abre al apretar el botón power es eminentemente urbano" (CH:127).

Igualmente se muestra una sociedad que se encamina hacia lo huachaca a través del mundo de la publicidad fragmentada, que produce miles de estimulaciones sin cesar, verdaderas órdenes, una tras otra que no dejan tiempo al pensamiento ni a la reflexión. Por su parte Pernett y Morales muestra que para los de La Loma sus vidas transcurren como verdaderos trozos de una película que no tiene final feliz y que no está matizada por la publicidad que permite la evasión. Sus personajes están así como el siútico o el huachaca descrito por Hunneus, permeados de rasgos culturales y de patrones de comportamiento que los enmarcan entre lo que quieren y no quieren ser.

Hunneus constata que el televisor ha engendrado en Latinoamérica una nueva manera colectiva de ser, y esto contribuye notoriamente a crear una mentalidad que se debate entre lo fácil, lo emocional y lo evasivo, penetrando en todos los rincones. Es lo que Hunneus define como irrumpir en el país interior. La televisión como parte de esa campaña civilizadora se desarrolla en pleno proceso de urbanización, y el sistema educacional no es capaz de expandirse a la velocidad requerida, por lo que el televisor vendría a afirmar en su mediocridad a quien no se ajusta a ninguna de las dos culturas, y "en lugar de acrecentarle su conciencia original de transición, lo inmoviliza donde está" (CH:121).

12 "La noción de popular construida por los medios, y en buena parte aceptada por los estudios en este campo, sigue la lógica del mercado. "Popular" es lo que se vende masivamente, lo que gusta a multitudes. En rigor, al mercado y a los medios no les importa lo popular, sino la popularidad. No les preocupa guardar lo popular como cultura o tradición; más que la formación de la memoria histórica, a la industria cultural le interesa construir y renovar el contacto *simultáneo* entre emisores y receptores. (García Canclini, 1989:241).

Ante esta perspectiva de ver a la televisión con una función educativa, es que Hunneus finalmente propone: "este invento de la racionalidad técnica debe ser empleado por la inteligencia civilizadora para transformarlo en instrumento del sistema educacional" (CH:153), y a través de ello "convertirla en medio para acrecentar la identidad nacional" (CH:155). Se plantea con ello que la televisión debe ser el medio para proyectar la manera de ser propia de nuestras culturas, respaldando una idea de construcción de identidad "desde arriba", reduciéndola a un discurso o narrativa que se proyecte desde la élite intelectual hacia la vida pública y privada de aquellos hogares conectados a la televisión. De acuerdo a García Canclini (1989:240), esto significa nuevos tipos de "recepción y apropiación". Ello va desde quien pasa largas horas frente a la pantalla de la televisión en actitud pasiva, y que por ende tiene una apropiación dependiente del aparato y de los códigos que transmite; hasta el uso horizontal del video por grupos de educación alternativa para fortalecer la comunicación e integración crítica.



La forma en que Hunneus mira la televisión y los mensajes que entrega, encuentra una articulación con la obra de Pernett y Morales. Este afirma que una de las formas de relacionarse que utilizan los habitantes de La Loma es el anecdotario sobre el otro, donde las biografías terminan tan confundidas las unas con las otras, que al final no se tiene idea de quién es quién. Es decir, son unos mensajes televisivos y unas vidas donde "la narración o simple acumulación de anécdotas prevalece sobre el razonamiento de los problemas, y la exhibición fugaz de los acontecimientos sobre su tratamiento estructural y prolongado" (García Canclini, 1995:25).

En el caso de Pernett y Morales, la crítica va hacia la presencia fuerte de los Estados Unidos sobre Panamá. Por tanto involucra a sus personajes en la discusión. En primer lugar admite que dicha presencia no les deja incólumes ni tampoco es indiferente a sus vivencias. Un ejemplo se da a través de las cartas enviadas por Petra al primo que vive en los Estados Unidos. Estas muestran un marco sarcástico de relación entre ambos. Eulalio no se muestra como panameño ni como norteamericano y Petra muestra su verdadera identidad utilizando el lenguaje propio de la Loma al sentirse engañada y traicionada en su confianza. A través de su ruptura con Eulalio deja relucir todo su resentimiento hacia "los gringos". Reflejo, además, de una situación de dependencia que el autor aprovecha para formalizar su denuncia.[13]

Con Santo, uno de los personajes que tiene un sello distinto, maestro de escuela y taxista, el narrador nos conecta con otras ideas que se enarbolan como banderas de identidad, a través de una fuerte crítica hacia los grupos poderosos que no hacen nada, y también a quienes se involucran en disputas ideológicas que poco tienen que ver con Latinoamérica: "y así las consignas made-in-URSS te mandan a enfrentarte a las balas made-in-USA para luego ver cómo demonios se reparte este gran pastel que se llama Latinoamérica. No te prostituyas tú al ruso como tus padres se prostituyeron al gringo" (LAVS:140). A través de estas palabras se llega al único momento en que deja de impor-

[13] La idea de ver a USA críticamente como dueño-amo se relata a través de lo que era la fiesta de celebración de la independencia norteamericana, la que consistía en un pic-nic en un lago con partes reservadas para negros y latinos y otra para gringos "porque los gringos estaban del otro lado y no querían contaminarse" (LAVS:109). "El lago tenía tres porciones de tierra en donde se celebraba el nacimiento del dueño-amo: allá enfrente, los norteamericanos bailaban soul, rubios y bonitos; aquí, al lado de acá, los chombos bailaban soul, despreciando a los latinos que, del otro lado, bailaban cumbia y guarachas y no miraban ni a los gringos ni a los chombos" (LAVS:110). Una realidad que muestra la pluriculturalidad, pero que al mismo tiempo exacerba la exclusión y la automarginalidad: diferencia entre "gringos, chombos (negro despectivamente) y latinos".

tar el mundo sórdido y trivial de los personajes y cobra importancia una opinión con intención de hacer un llamado de alerta a la necesidad de construir una identidad nacional, pero este llamado parte desde el narrador y no desde los personajes, ya que ellos se muestran en la inmediatez, sin entrar a cuestionarse las relaciones que se le presentan con sectores de poder, salvo cuando critican a "los monogordos que dirigen el país y no dan la cara" (LAVS:142). Si se tiene en cuenta que la principal preocupación es la supervivencia, no es posible cuestionar dicha actitud.

En la novela LAVS, la propuesta del autor en torno a la identidad, se puede proyectar a través de sus personajes y de las formas populares que ellos desarrollan como uno de los tantos barrios marginales de América Latina. Sin duda que tras su narrativa se constata que no existe una sola identidad social popular, como no existe una sola historia popular. Por el contrario existe una gran diversidad de identidades que conviven en espacios territoriales comunes. Sin embargo, en la diversidad es posible reconocer sentidos de pertenencia colectivos a nivel de barrio, pueblo o comuna. Sentidos de pertenencia que están marcados por compartir estrategias de supervivencia, formas de respuesta común frente a las contingencias o situaciones límite y formas de reconocimiento del mismo tipo de problemas.

Es por ello que con un realismo que cautiva, el autor de LAVS nos conecta a través del lenguaje, acompañado de categorías simbólicas propias de esa realidad, a una de tantas modalidades de identidad popular que forman Latinoamérica, y que está en permanente construcción y reconstrucción: sujetas a un continuo cambio histórico, cultural o de poder, que de una otra manera influye en dichas identidades. •

Bibliografía

Alvarado B., Miguel (1996). *"El Concepto de Cultura Popular Latinoamericana visto desde Nuestros Culturalismos"*, en Revista **Frontera**, Temuco: Nº 15.

Bourdieu, Pierre (1969). ***"Condición de Clase y Posición de Clase"*** en **Estructuralismo y Sociología**. J. Sazbón (comp). Buenos Aires: Editorial Nueva Visión, págs. 73-100.

——(1984). **Sociología y Cultura.** México: Editorial Grijalbo, 317 págs.

García Canclini, Néstor (1989). **Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad.** México: Editorial Grijalbo, 391 págs.

—— (1996). **Consumidores y Ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización.** México: Editorial Gribalbo, 198 págs.

Hunneus, Pablo (1994). **La Cultura Huachaca o el Aporte de la Televisión.** Santiago: Editora Nueva Generación Ltda., octava edición.

Pernett y Morales, Rafael (1986). **Loma Ardiente y Vestida de Sol.** Panamá: Manfer S.A., Ediciones y Distribuciones Alba S.A.

Piña, Carlos (1984). **Lo Popular: Notas Sobre la Identidad Cultural de las Clases Subalternas**. Santiago: FLACSO.

Vargas Llosa, Mario (1996). **La Utopía Arcaica. José María Arguedas y las ficciones del indigenismo**. México: Fondo de Cultura Económica, 359 págs.