

Este texto reflexiona sobre las constantes asechanzas a las que viven sometidos los sectores populares, tanto internas -precariedad, falta de recursos para organizar la memoria histórica, mísera distribución, postergación de la creatividad en función de la supervivencia, carencia de vías de expresión, falta de acceso a productos culturales-, como externas. En este último caso, cuando son concebidos como mero objeto teórico o de transformación, como exterioridad, como experiencia estética, como mercancía, como espectáculo mediático.

CULTURA POPULAR, CULTURA ACECHADA

Hubo una vez un emperador que gastó las dos terceras partes de su mandato tratando de doblegar a las dos terceras partes de sus súbditos. Durante años fue acumulando un odio inconmensurable. A causa de esa guerra había perdido años preciosos, había dejado de gozar las gruesas cuotas que a todo emperador le corresponden por designio divino, había envejecido de prisa y sin pausa. En el año 25 de su mandato venció por fin. Orillaba ya los 70 años. La artritis y una terca ceguera le corrían por huesos y ojos. Había matado, masacrado, destrozado en su triunfo; pero su odio, sin márgenes como la noche, iba más allá.

Reunió a sus malignos asistentes y les encargó que imaginaran las condenas más atroces para los vencidos. Arreciaron las propuestas: tortura universal, la quema de casas, el hambre... Ninguna de ellas recibía la imperial aprobación. Durante semanas los consejeros multiplicaron atrocidades sin reacción favorable alguna. Sólo uno de ellos callaba. Un día, el emperador lo interpeló: "¿Qué le harías a alguien si lo odiaras mucho?" El consejero se hizo rogar hasta que la solícita presencia del verdugo le desbarató el silencio:

"Gran señor -dijo- hay sufrimientos puntuales y hay sufrimientos permanentes. Los primeros se agotan y terminan por borrarse de la memoria. Los segundos se renuevan siempre y aumentan con los días y las noches. Si yo odiara a alguien, le haría construir objetos y luego quitárselos; le haría sufrir mucho, pero tendría el cuidado de convertir su sufrimiento en espectáculo para otros; lo condenaría a vivir siempre en espacios miserables, pero me ocuparía de hacerle sentir que ni esos espacios le pertenecen, para lo cual, a cada instante, irrumpiría en su vida más íntima. Lo sometería, en suma, a todo género de asechanzas, porque no hay ser humano capaz de soportar permanentemente las asechanzas."

El emperador comprendió y creó un engranaje que se mantuvo a lo largo del imperio. Desde entonces la vida de los vencidos está inserta en el vértigo de las asechanzas. Adentro esperan agazapados la miseria, las enfermedades, el hambre; afuera merodean los que se llevan el producto del trabajo, los que irrumpen de cuando en cuando en los rincones más íntimos.

Hasta aquí mi cuento. La ficción suele ser apenas el fantasma de una realidad mucho más compleja. Mi cuento nada dice de las consecuencias físicas y psicológicas derivadas del hecho de saberse acechado; no muestra el dolor de la inseguridad cotidiana, ni la infinita variedad de acechanzas que van generando las nuevas situaciones sociales. Tampoco presenta esos maravillosos juegos de máscaras que permiten al acechador aparecer, aun a los ojos del acechado, como un ser inofensivo, amigo, incluso un salvador.

Llamo sectores populares a los vencidos del relato. Ningún emperador los venció, pero por el lugar social que se les ha asignado, por el modo como son forzados a vivir sus días, a uno le cabe reconocer que hacia ellos se ha ejercido y se ejerce un odio infinito.

Llamo cultura acechada a la de los sectores populares; acechada desde adentro y desde afuera. Desde adentro, por la precariedad de la vida cotidiana, por la falta de recursos para ir organizando la propia memoria histórica, por las deterioradas condiciones de la vida rural y urbana, por la degradación de los espacios, por la mísera distribución de los objetos, por la reiteración de recursos formales que alguna vez tuvieron cierto éxito, por la postergación incesante de la creatividad en función de la supervivencia (“he visto tanto poeta que no pudo ser en nuestros mercados”, afirmó Ernesto Cardenal), por la carencia casi absoluta de vías para la expresión, por la falta de acceso a los productos culturales que genera la humanidad.

Reconozco, entre otras, cinco formas de acechanza externa:

- la cultura popular como objeto teórico
- la cultura popular como objeto de transformación
- la cultura popular como exterioridad
- la cultura popular como experiencia estética y mercancía
- la cultura popular como objeto de los medio de difusión colectiva

La primera acechanza no sirve para nada. Tiene una eficacia social nula, y de ella los sectores populares ni se enteran, a pesar de que permanentemente se esté tomando la palabra en su nombre. La acechanza del “objeto teórico” consiste, utilizando la expresión de Thompson, en una serie de psicodramas verbales vividos, en general, en un ámbito privilegiado llamado universidad, durante los cuales se ejerce y perpetra todo un discurso sobre los oprimidos, desde la cómoda situación de complicidad con el opresor. La cultura popular es extraída de libros que permiten un radicalismo verbal situado lo suficientemente cerca de los colegas y de los alumnos como para no tener nada que ver con los sectores populares.

Podemos denominar retórico-académica a esta acechanza, siempre que la distingamos cuidadosamente de la reflexión sobre la cultura popular, protagonizada por verdaderos universitarios que tratan de confrontar y unir sus

aportes teóricos a la práctica de los sectores populares. Esto no es nada sencillo en las actuales condiciones de América Latina, y no cualquiera está dispuesto a hacerlo. Es mucho más fácil hacerse el héroe en algún psicodrama verbal.

La segunda acechanza es más peligrosa. Constituye un abierto intento para meterse en la vida cotidiana de los sectores populares con la idea de transformarlos, según los puntos de vista de los invasores. En el imperio de mi cuento esta práctica era constante. Los secuaces del emperador elegían una casa o una colonia y confundían las costumbres de los moradores, humillaban a sus dioses, destruían sus objetos. La situación es menos brutal ahora pero en esencia no ha cambiado mucho. Una institución elige una comunidad y se lanza a transformarla porque, *a priori*, se considera que debe ser transformada. Jamás ha ocurrido esto con sectores medios de la población. Ninguno de sus miembros soportaría que una mañana alguien tocara a la puerta de su casa y pidiera permiso para observarlo todo con un ojo siniestramente crítico, tomara notas y al poco tiempo regresara para tratar de lograr, mediante toda suerte de astucias, transformaciones en los hábitos, en las creencias, en las relaciones cotidianas. Ni los sectores medios ni los altos aparecen como socialmente transformables. Difícilmente alguna institución se mete con ellos, difícilmente se los somete a acechanzas.

La tercera es no sólo peligrosa sino también denigrante. Me refiero a la acechanza de la exterioridad. El argumento es muy viejo: los sectores populares, en tanto oprimidos, están fuera de las leyes del mercado y de la lógica del sistema dominante. En ellos se encuentran, como un sacro tesoro, los valores y las tradiciones que a la larga redimirán el orden vigente. Esas cualidades hacen a los pobres -exteriores al sistema- irreductibles al mismo. Cuando una institución o un grupo se convence de algo semejante, las consecuencias se desencadenan:

1. No tenemos nada que hacer por los sectores populares. Ellos llevan en sí la semilla de la transformación final, es preciso aguardar a que germine.
2. Si existe un lugar donde la pureza aún camina por las calles, enviemos a nuestros jóvenes a él para que iluminen sus almas, para que en la observación de la miseria descubran la luz de la conciencia.
3. Preservemos esa cultura prístina, fomentemos las danzas tradicionales, las artesanías, los trajes típicos. Es preferible que se queden exactamente como son en la actualidad o, en lo posible, recuperen su pasado.

Veamos lo que significan estas consecuencias:

El “no tenemos nada que hacer” implica una ruptura entre quienes tienen algún grado de capacitación y los sectores populares, ruptura basada en un supremo acto de cinismo (“ya ellos harán las cosas, es cuestión de esperar”) o de ingenuidad (“los cambios se producen por una tendencia irresistible, espontánea, de la historia”).

La más repugnante, para mí, es la segunda consecuencia: usar la miseria ajena por elección, por sistema, para concientizarme o concientizar a los buenos jóvenes de mi institución. No conozco un solo caso de concientización programada, salvo que nos empecinemos en confundir concientización con palabras altisonantes. Nadie tiene derecho a usar la miseria ajena para nada, ni mucho menos para que quienes viven en una situación social privilegiada accedan cómodamente a la conciencia. Este acceso no es ni fue nunca nada cómodo, es una infamia pretender lograrlo por medio de lo que hace unos años llamábamos “tours de la pobreza”.

Por otra parte, ningún sector social es exterior al sistema vigente. Desde el interior de este último se producirán las transformaciones, desde un ámbito ideal incontaminado.

La tercera consecuencia, “preservemos esa cultura prístina”, se reduce, en el mejor de los casos, al folclorismo; en el peor, a las acechanzas del espectáculo y la mercancía.

La cuarta acechanza busca convertir la cultura popular en una experiencia estética y en mercancía. He dado docenas de veces este ejemplo, y lo reitero: estábamos en Tuchitaco, pueblo de Michoacán cercano a Piedad. Era el atardecer. El sol se apagaba en las aguas de una represa. Los integrantes de un grupo de universitarios evaluábamos nuestro trabajo de una semana de convivencia con la población del lugar. Oímos pasos. Por un empinado sendero venía tambaleante un enorme hato de cañas. Pero no sólo cañas veíamos, sino también las piernas sarmentosas de una mujer vieja que titubeaban entre las piedras. Era un peso mayor al que podía soportar. El hato pasó frente a nosotros. Casi todos desenfundaron cámaras fotográficas y buscaron el ángulo exacto para aprovechar el contraluz. El dolor ajeno, la miseria, se habían convertido en experiencias estéticas.

Puedo multiplicar este ejemplo. Los cazadores de imágenes aumentan turismo mediante. El turismo mercantiliza la cultura popular, la convierte en espectáculo. Pero hay otra forma: la de la promoción y venta de artesanías. No abundaré en ella. Las artesanías producidas por los sectores populares suelen enriquecer más a los enriquecidos de siempre.

Quinta y última gran acechanza: la de los medios de difusión colectiva. Aquí se produce aquel juego de máscaras mencionado al comienzo, por medio del cual el acechador termina por aparecer como amigo, como salvador incluso. En la retórica incesante de los medios de difusión la palabra “pueblo” ocupa un trono gigantesco.

Esta acechanza se cumple de muchas maneras:

→ la acechanza del entretenimiento

- la acechanza de la amenaza
- la acechanza del magicismo
- la acechanza del reduccionismo
- la acechanza del fatalismo

Podríamos anotar otras. La acechanza del entretenimiento consiste en reducir todos los espacios al estereotipo social y al lugar común; la de la amenaza, en difundir lecciones abiertas o sutiles de lo que debe y no debe hacerse; la del magicismo, en la promoción permanente de supersticiones, fetiches y soluciones por el milagro; la del maniqueísmo, en categorizaciones peligrosamente pueriles de la realidad; la del reduccionismo, en la presentación de hechos y situaciones como si fueran únicos, como si nada tuvieran que ver con un contexto socio-histórico; la del fatalismo, en la versión de que todo está bien, de que nada podrá cambiar por los siglos de los siglos.

Los medios acechan permanentemente. Son un recurso maravilloso, porque pueden entrar a todos los rincones de la vida más íntima.

Cultura popular, cultura acechada, desde adentro de sí misma, desde las instituciones, desde el turismo, desde los medios. Precariedad infinita, si nos atenemos a las palabras del consejo imperial. Quien colabora con todo esto se convierte en acechador, aun cuando no lo sepa, aun cuando crea que está cumpliendo la mejor de las misiones. Quien pone alguna forma de comunicación al servicio de estas cinco grandes formas de acechanza es, le guste o no, un cómplice.

Pero los sectores populares son mucho más que el producto de las acechanzas. Por la manera en que he presentado las cosas podría parecer que la vida toda se les resuelve en un acoso desde adentro y desde afuera. Esto no es del todo así aunque, y es preciso enfatizarlo, es así. Quien no ha vivido en condiciones de precariedad no puede ni siquiera imaginarlo. En este sentido, la experiencia ajena es totalmente intransferible, por más que haya quienes se llenen la boca con la palabra pueblo.

Pero vayamos a ese “mucho más”. Dentro de la acechanza, dentro de la precariedad, los sectores populares desarrollan sus experiencias, trabajan, aman, sueñan, creen... Dentro de la acechanza y la precariedad se generan organizaciones de base, confusas a menudo, acosadas por politiqueros y politiquillos, sujetas a errores y a contramarchas. Dentro de la acechanza y la precariedad se han producido y se producen estallidos sociales incontenibles. Dentro de la acechanza y la precariedad, en suma, se va tejiendo una historia que, como tal, no está inmóvil, petrificada como lo hubiera soñado el emperador de mi cuento.

Pues bien, en esto es cuestión de elegir. O se trabaja como acechador o se trabaja para vencer la acechanza. Por ahora el primer camino es mucho más

cómodo. Todo está a favor de él. Seguirlo deja no pocos beneficios, además de uno bastante conocido: el calmar la mala conciencia. Pero al menos se podría pedir que quien acepte el rol de acechador no ande por esas calles del diablo haciendo alarde de redentor y de liberador. Si el peor escándalo es acostumbrarse al escándalo, la peor mentira es vestir máscaras de redentor sobre una férrea piel de acechador.

Vencer la acechanza no es fácil. Poner los conocimientos y recursos comunicacionales al servicio de esa empresa, tampoco. ¿Cómo vencer las tendencias al centralismo, al rol protagónico, a la posesión de la palabra y de la razón? ¿Cómo vencer, en suma, la tendencia a ejercer el poder, que tanto cunde entre quienes trabajamos en la comunicación?

La acechanza es el ejercicio del poder más antiguo que existe. Romper los viejos hábitos suele ser complicado, sobre todo si uno nació y creció del lado de los acechadores.

Hay caminos. No voy a enunciarlos. Abundan experiencias y bibliografía sobre ellos. El problema es que en nuestras escuelas de comunicación ha entrado la retórica de la liberación, y no sus temas esenciales. Hay varios que fueron quedando sistemáticamente afuera. Menciono uno: la vida cotidiana. Es en ella donde se producen las acechanzas, es a partir de ella que pueden producirse las transformaciones. Es insertándose en ella, trabajando en ella, luchando con ella, como se puede abrir algún camino alternativo al de las acechanzas.

Daniel Prieto Castillo
Quito, 1985