

La máscara del poder: La cocinera y el devorador de mentes

Britto-García, Luis

Luis Britto García: Escritor venezolano. Premio Casa de las Américas en la mención cuento con "Rajatabla", y en la mención novela con "Abrapalabra". Actualmente es jefe de departamento en la Escuela de Estudios Internacionales de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la UCV. También es autor de Ciencia, tecnología y dependencia; El imperio contracultural y El llano, así como de La máscara del poder, una trilogía sobre el mensaje político y la identidad del venezolano, que comprende los tomos Del gendarme necesario al demócrata necesario, El mito del populismo y El hombre sin rostro.

Entre el mensaje político populista y el mensaje televisivo latinoamericano hay un conjunto de similitudes: 1) ambos justifican su primariedad en base a un supuesto nivel bajo de sus audiencias. 2) Ambos caracterizan a tales audiencias esencialmente por sus carencias primordiales: de abastecimiento, de numerario, de adscripción grupal 3) Ambos defienden, a nivel profundo, la restitución de un orden familiar tradicional fundado en la madre pasiva y nutricia y el padre personalista y dominante. 4) Ambos defienden la inalterabilidad del orden clasista 5) Como compensación para las frustraciones causadas por la inamovilidad de las jerarquías familiares y de la estratificación, ambos ofrecen satisfacciones simbólicas: la rotación electoral y la ilusión de la escalación social. 6) Ambos proponen una estrategia de la satisfacción simbólica mediante intercambios entre valores de diversos ordenes: voto electoral contra dádiva, o sexo contra status.

Este discurso ha sido adoptado como paradigma por una parte de la intelectualidad, para tener acceso a los medios de comunicación social. El precio de tal acceso ha sido la banalización del mensaje.

Terminan los sesudos debates del Simposio de Comunicólogos. Se acuerda convocar a un Congreso de Semiólogos, que demuestre una vez más que el contenido de los mass-media es alienante (o degradado) (o colonialista) (o manipulativo) o todas esas cosas a la vez. El intelectual regresa a su casa agobiado por las cifras y la autoconciencia. La cocinera suponiendo que algún intelectual pueda todavía pagarse cocinera recalienta la comida mirando la televisión .

Devora el intelectual las sobras culinarias. Devora la cocinera las sobras intelectuales. El letrado traga las grasas saturadas, las calorías muertas y los cancerígenos publicitados en la pantalla. Hasta la cocinera no llegan las decodificaciones ni las metonimias del intelectual. El simposio no reunió más de medio centenar de conspiradores. A esa hora, centenares de millones de aparatos televisivos centellean en América Latina. El intelectual es víctima de la tentación populista: si la televisión es mala.... ¿Como se explica que la sigan viendo? ¿Será que lo bueno (el pueblo) es malo? ¿será que lo malo (la televisión) es bueno?

El intelectual olvida la comida y se pone a ver televisión (como el pueblo, mas o menos)

La dictadura de la cocinera

La frase mas criticada de todo el leninismo es aquella conforme a la cual la economía socialista podía ser administrada por una simple cocinera. El sector político y la estructura comunicacional latinoamericanas invocan hoy como patrona espiritual a esa misma domestica: el mensaje es malo, porque la audiencia es peor.

¿Exagero? Al realizar el análisis del discurso político populista de acuerdo a la metodología de Rokeach, determiné que los valores terminales mas importantes en éste eran, en orden de importancia: 1) abastecimiento ; 2) poder del Estado ; 3) salarios ; 4) independencia económica nacional y 5) unidad grupal . En dicho discurso los calificativos mas aplicados al pueblo, también en orden del número de menciones, son: 1) receptor de alimentos ; 2) hambriento ; 3) receptor de aumento de salarios ; 4) se organiza y 5) votante .

El mensaje populista esta condimentado con frecuentes alusiones a la alimentación; el partido figura en él como una simbólica madre nutricia; el pan aparece ubicuamente en himnos, emblemas y consignas.

Este simbolismo impersonal, matriarcal y oral, es complementado por la imagen personalista, machista y fálica del dirigente-caudillo carismático. ¿Se agota el mensaje en esta reconstrucción simbólica de la pareja tradicional del hogar matricéntrico? En el populismo, la retórica de la tradición cultural es siempre invocada para que el pueblo consienta en un proyecto de colaboración de clases . El orden de la familia equivale al de - y es invocado en defensa de - la estratificación social.

La elección de la ilusión y la ilusión de las elecciones

La cocinera cambia de canal con el control remoto. Sirvienta e intelectual se sienten vagamente aliviados. Aun cuando en la pantalla todo sigue aproximadamente igual: todo debe seguir igual.

Pues así como con la retórica matriarcal caudillesca-oral del populismo se consolida un orden político que las elecciones rotan pero no cambian, con la retórica de los mass-media se consolida un orden económico-social (la Familia y las clases), que debe siempre parecer atacado, pero restar inalterado. La estratificación social y el núcleo familiar, en cuanto jerarquías, invitan al escalamiento y, de hecho, se Legitiman por el hecho de presentarse como estructuras susceptibles de ser escaladas (cualquiera puede ser Cenicienta). Pero la escalación real y masiva significaría la revolución y la transgresión edípica. En la medida en que orden clasista y orden familiar producen frustraciones que no es posible satisfacer sin destruirlos, a cada satisfacción real negada debe corresponder una satisfacción simbólica ofrecida. El sistema debe postular la escalación individual e ilusoria por el atajo de los intercambios enmascarados.

Las máscaras de Cenicienta

La cocinera parpadea extasiada ante las historias de éxito que le ofrece cada nuevo cambio de canal. Secretaria conquista millonario gracias a champú que enfática encanto sexual. Joven obtiene ascenso deslumbrante gracias a traje que resalta imagen ejecutiva. La chispa de la vida, la alegría del vivir, la poesía de la naturaleza se adquieren en el supermercado: en prácticos envases. El intelectual anota, enfurruñado que en cada una de estas historias una mercancía se paga con moneda no equivalente: hay, por consiguiente. un intercambio enmascarado .

Expliquémosnos. La gente admite, más o menos, que amor con amor se paga. Por lo cual, también, parentesco se paga con parentesco, dinero con dinero, prestigio

con prestigio, deber con deber, y sexo con sexo. Intuitivamente, comprendemos que algún tipo de transgresión ocurre cuando se exige lo uno por lo otro: cuando amor se compra con dinero, sexo con prestigio, o deber con mercancía. La transgresión de niveles vulnera la legitimidad del intercambio. Para tolerarlo, hay que enmascararlo.

Los mass-media son la bolsa de valores espiritual que propone y glorifica continuamente tres tipos de transacciones enmascaradas. Una, en la cual el consenso político es premiado con las dádivas de las promesas electorales: consolidación del orden político. Otra, en la cual diversos sobornos aseguran la ascensión social: consolidación del orden clasista. Una tercera, en la cual el chantaje emocional y el sufrimiento son reconocidos como títulos validos para optar a un parentesco: consolidación del orden familiar. Si votas por el candidato, tendrás cien mil casitas por año. Alexys Carrington logra mantener su posición en "Dinastía" debido a ser ex-esposa del viejo Carrington. Albertico Limonta, gracias a su martirio, es readmitido en la encumbrada familia Del Junco y Albornoz Marañas de intercambios entre bienes no equivalentes. Las transacciones han de ser retorcidas, porque los órdenes son inconvencionales. La reversibilidad de las transacciones garantiza la irreversibilidad de los ordenes.

No solo de pan malvive el hombre

La cocinera ha llegado a la sublimidad. El intelectual a la exasperación. Como siempre sucede, ésta invita a las soluciones radicales. ¿Por qué no apagar el aparato? ¿Por que tener aparato?.

Nuevamente coinciden metáforas gastronómicas y comunicacionales: preguntar por qué el pueblo ve televisión, aunque mala, es igual que preguntar por qué come, aunque deficientemente . La conciencia en deprivación sensorial se desintegra aun con mayor rapidez que el organismo desnutrido. La mente tiene hambre de estímulos, como el estómago de calorías. Y la existencia cotidiana del hombre alienado es tan carente de estímulos, que debe proporcionárselos artificialmente, a través de una caja electrónica. El lugar común niega la miseria de las áreas marginales, porque sobre ellas crecen bosques de antenas electrónicas. Cada una de ellas, por el contrario, es una confesión de carencias. Estoy seguro de que un análisis de las menciones implícitas que la televisión hace de sus audiencias, las calificaría igual que a los destinatarios del mensaje populista: receptoras de alimentos, hambrientas, necesitadas de aumentos de salarios, necesitadas de organización; votantes (es decir, productoras de consenso). En las

muestras de mensaje populista que analicé, sólo en una oportunidad se califica al pueblo de productivo . Y sólo una vez, de engañado . ¿Por quién?

Un control cada vez más remoto

Quizá el engaño de los engaños consista, en verdad, en la ilusión de control que da el aparato cambiador de canales. Pero ningún control es remoto. Desde lejos, puedes cambiar de partidos de gobierno y de canales, pero no de realidad. La ilusión del poder sirve de base al poder de la ilusión. No es que el sistema comunicador deba degradarse para estar al nivel de las criadas: sólo a través de la degradación impuesta por el aparato comunicacional, puede el sistema tener criadas. Tranquilicémonos (o intranquilicémonos): ninguna cocinera figura en las directivas de los partidos populistas o de las plantas televisoras. Tampoco, ningún intelectual. Y aquí sí coinciden al fin sabihondo y doméstica: en su impotencia para determinar la programación, sea política, económica o comunicacional.

Las criadas de la burguesía

La cocinera apaga la hornilla. Al comunicólogo se le enciende una idea. Marx dijo, en algún sitio, que ciertos intelectuales eran las criadas de la burguesía. ¿Por qué no? Para tener libre acceso a los medios, el intelectual incurre en las pasiones de las fámulas: la culinaria, los trapos, las devociones. Diserta doctamente sobre todo ello, y lo llama posmodernidad: arquitectura sin función, arte sin desafío, literatura sin experimentación, comprensión sin compromiso. Eleva a los altares a la cocinera de Mark Twain, quien indicaba a su patrono qué debía publicar y qué debía desechar (¿Joyce, Freud, Einstein, tendrían ese tipo de cocineras?). (¿La de Rockefeller, será quien lo orienta en el manejo de la Bolsa?).

La difusión de un mensaje está en proporción directa de su banalidad. Mediante esta transmutación servil, el intelectual logra su sueño, y pasa a ser, de analista de los medios, medio analizado.

La cocinera bosteza, y apaga el televisor.

Este artículo es copia fiel del publicado en la revista Nueva Sociedad N° 95 Mayo-Junio de 1988, ISSN: 0251-3552, <www.nuso.org>.