

# PAPEL DE LA INFLUENCIA EXTERNA EN LA FORMACION DE LA IDENTIDAD COLOMBIANA

Horacio Calle \*



Los estudios sobre la identidad de cualquier comunidad revisten la mayor importancia ya que un pueblo sin identidad, sin tradición, ajeno a su historia, es un pueblo alienado y con un devenir histórico obligatoriamente errático, tortuoso y confuso. El tema de la identidad penetra en otros campos de la vida social tales como el de la economía, pues ya se sabe que esta última no depende tanto de los recursos naturales de una región determinada sino de la solidez de la identidad cultural de la comunidad que lo habita.

A continuación expreso las ideas acerca del papel que juega la influencia externa en la formación, o tal vez, deformación de la identidad colombiana en una investigación que con el antropólogo Jorge Morales realizamos para la Organización de Estados Iberoamericanos.

Ni la sociedad, ni la cultura colombiana existen de manera autónoma y al margen de influencias externas. Pero, el papel que juegan esas influencias externas, se ha potenciado enormemente durante las

últimas tres décadas y tiende a acelerarse y pronunciarse cada vez más.

Todo este proceso no es sino el resultado del nacimiento de la "aldea global", el mundo como un solo sistema; no importa qué tantas variantes presente o qué tan polifacéticas sean sus estructuras debido en gran parte o primordialmente a la internacionalización global de los negocios, los transportes, los mercados de bienes y de capital, es decir, a la aparición de una verdadera economía global en la cual las medidas locales que

\* Profesor del Departamento de Antropología. Pontificia Universidad Javeriana.



se tomen en cualquier país, repercuten en mayor o menor grado en el resto del mundo debido a esta creciente red de conexiones, dominaciones e interdependencias.

Hay muchos factores macro-económicos que tienden a profundizar y acelerar esta globalización de influencias, así:

- La liberalización del comercio en el marco del GATT
- El intercambio de los grandes bloques regionales
- El desplazamiento del balance del comercio mundial del Sector Atlántico al Sector Pacífico.

Todas estas fuerzas empujan de manera constante, sólida e irreversible a una serie de cambios macro-económicos en todos los países del mundo y sus culturas y estilos de vida se ven obligatoriamente afectados de igual manera. Pero por otro lado no puede negarse, como contra-fuerza, el renacimiento del nacionalismo, regionalismo y localismo de todo tipo. Basta sólo mirar lo ocurrido a nivel étnico en muchos de los países del disuelto bloque socialista, o aún dentro del sistema capitalista tal como ocurre con los franco-canadienses para citar un solo ejemplo.

Pero esta aparente contradicción entre globalización y homogenización por un

lado y atomización y pluralismo cultural por el otro, no son un contrasentido en sí, sino la necesaria ocurrencia de dos fuerzas de un mismo proceso: nadie, ninguna cultura está por cuenta propia sino que todos vamos en la misma barca, habitamos la aldea global.

Una de las características "filosóficas" básicas de esta cultura occidental dominante es el consumismo apoyado en la creencia de que la búsqueda individual o colectiva del gozo, se fundamenta obligatoriamente en el bienestar material. Ahora bien, esta "cultura de consumo" va siempre de la mano con una publicidad comercial que se caracteriza por invadir todos los rincones, aún los más privados de la vida cotidiana de la gente. Se trata de una publicidad agresiva y dominante, tanto así, que ha llegado a ser llamada "el resorte oculto" de la vida al estilo occidental.

Por ningún motivo debe caerse en el simplismo de que esta publicidad es meramente un factor de propaganda que el individuo pensante puede aceptar o rechazar. No hay tal. La publicidad occidentalizadora juega un importante papel de control, o sea de dominio social, ya que lleva a la comunidad a aceptar como correcto o deseable un estilo de vida determinado y a no rebelarse contra él, aunque no puede participar de él.

El individuo, así sea pobre o marginado y se sepa excluido en términos reales, del

estilo de vida que le muestra la propaganda comercial la internaliza como deseable al anhelarla y no se rebela contra ella sino que se identifica con ella a pesar de su alienación.

Por eso no son pocos quienes se oponen con fuertes argumentos a este proceso de uniformidad global y ven en el multiculturalismo no un problema por resolver sino un recurso por aprovechar.

Tal vez el devenir más esencial, más irrenunciable, del ser humano, bien sea en calidad de individuo o comunidad, es el de su identidad: el derecho y al mismo tiempo la obligación a ser uno mismo.

El escritor Eduardo Escolar (El Tiempo julio 11/93) llamó a la renuncia a este derecho-obligación, "el complejo que olvidó Freud". Repite los planteamientos de Fernando González en "Los Negroides", al asegurar que tenemos *instituciones copiadas, leyes calcadas, formas de organización social, plagios abusivos, ecos remotos de latinajos aprendidos con los jesuitas o traducidos del francés, que apadrinan nuestros ascos pretéritos. El presente es un recalentado de revista inglesa, limbo borracho de falta de imaginación; esta cosa jamás termina de caer. Donde nos empeñamos en vivir... El escritor antioqueño Fernando González nombró "complejo de hidedeputa" la enfermedad del espíritu avergonzado...*

La fuerte marea cultural que se conoce como la occidentalización del mundo y que ha venido cogiendo fuerza desde los fines de la segunda guerra mundial tiene sin lugar a dudas al mundo capitalista como epicentro y primordialmente a los Estados Unidos. Su influencia se ve en la popularidad de sus símbolos mundiales: los "blue jeans", las hamburguesas, la coca-cola y la pepsi, la música rock, los nombres personales y de negocios, la popularidad de Pluto, el pato Donald, o el ratón Miguelito. Ya no hay país del mundo donde uno no vea la ropa cotidiana de la gente con palabras en inglés y en clara y abierta referencia a la vida cotidiana en los Estados Unidos de América.

Con el derrumbe (no previsto por nadie) del bloque socialista, lo cual ha pasado a ser, sin lugar a dudas, el hecho político más revelante del presente siglo, los Estados Unidos de Norteamérica, a pesar de sus muchos problemas internos tales como estancamiento económico, delincuencia juvenil, desempleo, racismo, etc., han quedado como solos y aislados líderes del acontecer mundial.

El socialismo no renacerá, por lo pronto, como opción socio-política. La ilusión de los pueblos del bloque socialista de pasar del socialismo a la afluencia "occidental" se ha visto frustrada de plano: pasaron del socialismo a la pobreza generalizada típica del tercer mundo. La única "nueva opción"

naciente y abiertamente opuesta a esta dominación cultural americana bien podría ser la del Fundamentalismo Islámico, pero, de cristalizarse, lo hará solamente en los países donde el Islam ha tenido un asiento histórico tradicional: los países árabes.

El pujante bloque asiático con Japón, Taiwan, Corea y la República Popular de China, se caracteriza precisamente por su occidentalización.

De manera que este proceso uniformante y globalizador bien podría decirse que apenas si se despierta y está ahora armado con medios como el de la informática moderna que está creando una revolución muy profunda en la vida cotidiana de todos los pueblos del mundo: su "occidentalización" y un proceso que va para largo y que tiende a convertir la bien llamada "aldea global" en un solo mundo Malboro.

Esta cultura homogenizadora que se caracteriza por el mero consumismo y para quien la felicidad es tener la casa repleta de electrodomésticos, dos carros en la familia y la posibilidad de visitar a Dysnelandia, alguna vez y poder conocer al ratón Miguelito en persona y vivir con base en comidas rápidas, aparentemente, se repite, en la cultura típica de la clase media norteamericana.

Como muy correctamente lo anota el analista Irving Kristal, se trata de una cultura *...orientada a satisfacer las*

*ambiciones de los hombres y mujeres ordinarios. Se trata de ambiciones modestas y, a juicio de algunos, ambiciones bajas. En la mayoría de los casos, son lo que en otra época se solía llamar ambiciones "domésticas": mejorar la situación económica de la propia familia, mudarse de un barrio "corriente" a otro "bueno"; y, sobre todo, dar a los propios hijos la posibilidad de ascender aún más en la escala económica y social* (Kristal 1993: 47).

Pero de una cultura de consumismo típica de la clase media (y aunque se ha dicho que la única característica de la clase media es que no tiene características) se pasó a una contra-cultura. Todo ello empezó con el movimiento estudiantil de Mayo en los años 60 en Europa Occidental y con la oposición a la guerra en Viet-nam y la lucha por los derechos civiles de los negros en los EE. UU. Debido a estos movimientos, los mismos hijos de la clase media se rebelaron contra ésta y vistieron el consumismo de irreverencia y de protesta: era la música estridente, la droga, la falta de respeto al sistema y un consumismo más elemental pero mucho más amplio y estereotipado.

Por eso es del todo necesario entrar a estudiar en detalle este fenómeno de la cultura Pop, el cual es el verdadero impulsador de la "occidentalización" del mundo. A pesar de lo complejo de la economía norteamericana, sus principales exportaciones no son ni la agricultura, ni la industria manufacturera pesada

(maquinaria y equipos, etc.) sino su cultura popular.

Se trata de las películas hechas en los Estados Unidos, la estridente música del Rock o el Pop, el cuasi-clásico Jazz, o los nostálgicos Blues. Todo el emporio de comidas rápidas: perros calientes, pizzas, hamburguesas, coca-colas y pepsis, los pantalones vaqueros, los monopatines y el mundo Malboro como un todo. Pero es muy importante aclarar que la popularidad mundial de todos estos productos no se debe a su valor intrínseco, sino a que son símbolos, embajadores, del estilo de vida norteamericano.

Por eso se ha dicho que *...las alusiones al estilo de vida estadounidense se convirtieron en consignas para los reformadores, en el este de Europa y en otros países que ansiaban una mayor libertad política, una economía de consumo de libre mercado y la movilidad ascendente, que son los sellos distintivos del modelo occidental* (Varios 1993: 52).

Claro está que lo planteado en la cita anterior es valedero, dentro de la sociedad norteamericana, solamente si se es blanco, anglosajón, clase media y protestante. Las "minorías" étnicas de esta sociedad: los negros, indígenas, chicanos e hispanos tienen las puertas bien cerradas a esta "movilidad ascendente" de la cual hablan los autores.

Algunos, como el caso del ensayista noruego Helge Roming, ven en esta

cultura global una sub-cultura que coexiste en cada otra cultura nacional y desde esta perspectiva empieza a hilarse un nuevo argumento que es de gran importancia: esta sub-cultura es en realidad una anti-cultura aún dentro de los Estados Unidos. Está repleta de elementos de protesta contra la tradición y el orden establecido y ésto la hace muy atractiva en las sociedades altamente industrializadas debido a su complejidad subyugante, o en los países del Tercer Mundo por ser culturas en estado de desintegración acelerada.

Como cultura anti-sistema, la cultura Pop es una cultura no oficial y hasta puede decirse que aunque su origen está en los Estados Unidos, se trata de una anti-cultura juvenil internacional.

Aunque ya se ha hecho una especie de inventario de los símbolos concretos de esta cultura popular (la coca-cola, los vaqueros, el mundo Marlboro) es de importancia agregar una serie de características emocionales que son las que le dan vida.

Se trata de una cultura que fortalece al individuo en su búsqueda del goce mundano y el desprecio por el deber. Es la cultura de la irresponsabilidad.

Por supuesto que es un mito. Pero como tal ya está sacralizada y es invulnerable a la crítica: representa la felicidad así sus símbolos permitan vivirla sólo como apariencias.

Las nuevas generaciones se sienten automática y poderosamente atraídas por esta cultura debido al papel cada vez más importante de los medios de comunicación especialmente el cine, la televisión y las canciones internacionales o sea el rock y la balada protesta en todas sus variantes.

Se trata de un desapego a la familia, a la escuela y a la comunidad. Son obstáculos que se levantan en el libre desarrollo del individuo.

Estas características emocionales son las que le han dado un papel tan decisivo en algunos procesos históricos como el derrumbe del bloque socialista. El ensayista Irving Kristal sostiene que: *La cultura popular de los Estados Unidos tiene un efecto corrosivo sobre todos los regímenes totalitarios y muy autoritarios. El espíritu de esta cultura es profundamente individualista, casi anárquico, y se opone a todas las sociedades colectivistas. En el siglo en que el totalitarismo y el colectivismo han fracasado en su teoría, y a la postre se les rechazó en la práctica, esta propensión de la cultura popular estadounidense tiene mucho de loable* (Varios 1993: 63).

Pero ya se mencionó que la cultura Pop es una anti-cultura aún dentro de los mismos Estados Unidos donde no pocos la ven como una amenaza.

El joven colombiano común y corriente toma coca-cola, viste "bluyines", come

hamburguesas y canta rock. Su ropa casual está repleta de nombres en inglés: equipos deportivos, escudos militares, emblemas universitarios, productos comerciales. Si el joven colombiano es de clase social alta tendrá más facilidades de participar en esta cultura Pop por su acceso al consumo. Pero entre los sectores más empobrecidos de la población esta vocación se canaliza en procesos no costosos como el bautizar a sus hijos con nombres en inglés: Lady, Johana, Jessica, John Fredy, William, etc., etc. O mucho más importante aún en el intenso deseo de participar en ella, en su mito.

Podría decirse que un habitante de los tugurios de Bogotá, Cali o Medellín, por mucho que mastique chicle, tome coca-cola, se vista con bluyines o cante rock, no se convierte en un "gringo"; sigue siendo alguien de acá, pero..alienado. Separado de su mundo, de sus contradicciones y por lo tanto despolitizado. Desde este punto de vista la cultura Pop no jugará un papel desestabilizador en los países tercermundistas como Colombia sino que formará una importante válvula de escape que impide la explosión de los verdaderos problemas. Por lo tanto, la cultura Pop entra a apuntalar el status quo de estas sociedades; es una solución quimérica, falsa, mítica, que sólo opera a nivel personal o de pequeños grupos de barriada. Y como solución mítica tiene la fortaleza de los mitos, los cuales son inexpugnables.

Se tiene pues, en resumen, que en el ámbito del país colombiano se viene presentando una creciente influencia cultural externa que mina y socava los cimientos mismos de las diferentes culturas regionales de Colombia. No se trata, como en décadas anteriores, de un colombiano artístico, filosófico y cultural venido de Europa y que sólo afectaba a reducidos sectores de la "inteligencia" del país, sino de una invasión cultural mucho más intensa, extensa y que afecta de manera directa a los más amplios sectores de la población colombiana tanto a nivel urbano como a nivel rural.

Esta presencia cultural estadounidense tiene dos ejes básicos de penetración ideológica: En primer lugar está el proselitismo religioso de sectas protestantes fundamentalistas tales como los varios grupos evangélicos, los Testigos de Jehová, Mormones, Pentecostales, etc. La labor proselitista de estos grupos se hace notorio en los sectores más empobrecidos de las ciudades colombianas, o en zonas rurales caracterizadas por un severo proceso de desintegración socio-cultural tales como son las zonas de colonización o las comunidades indígenas. Es cierto que muchos de los ministros y predicadores protestantes son ya nativos colombianos, pero su dependencia ideológica y económica de los Estados Unidos es notoria. Dentro de las comunidades indígenas la presencia misionera

protestante se da directamente a través de personal norteamericano como es el caso de las misiones del Instituto Lingüístico de Verano para citar sólo un ejemplo.

En un país como Colombia en el cual una de las características de su "identidad nacional" ha sido la de ser un país predominantemente católico el auge de este proselitismo protestante no deja de tener una verdadera influencia en esa identidad. La misma iglesia católica ha empezado ya a mostrar su preocupación por este proceso, máxime si se tiene en cuenta que puede seguir el mismo camino de Guatemala, país en el cual el protestantismo ha alcanzado niveles de verdadero cambio nacional.

El segundo proceso es el de la ya mencionada penetración de la cultura Pop norteamericana a todos los niveles de la población colombiana: nombres personales, de negocios, almacenes, salones de belleza, cantinas, etc., tienen más "caché" si son en inglés. Las calles de las ciudades están repletas de gente con ropa adornada con leyendas al estilo de vida gringo, y en inglés por supuesto. Los cuadernos escolares se adornan con personajes de las tiras cómicas norteamericanas. La televisión colombiana está repleta de "enlatados" gringos. Los juguetes de los niños son predominantemente gringos. Los textos de estudios escolares traen fotos del Cañón del Colorado en los Estados



Unidos pero no del Cañon del Chicamocha en nuestra propia tierra. Los conjuntos musicales más populares son gringos y con atuendos gringos, etc., etc., pero todo ésto ya se ha señalado.

Lo grave es que ni siquiera se presenta un nivel de sincretismo cultural o de remodelación de acuerdo con nuestra idiosincracia. Se trata de un calco total y mecánico lo que demuestra hasta qué punto se ha erosionado la "identidad nacional" o mejor dicho el conjunto de identidades regionales.

Para encontrar algo de ellas es necesario ir a regiones apartadas, "regiones de refugio" donde lo nuestro aún vive pero más que todo porque no ha tenido la oportunidad de dejar de ser. No sólo se erosionan nuestras identidades regionales debido a esta influencia extranjera sino que también la presión de factores internos, tales como el folclorismo que toma las tradiciones propias y las distorsiona y fosiliza en formas de expresión artística al gusto de la clase dominante.

Por último, se debe agregar una consideración más acerca de la importancia económica y política de la erosión y desaparición de un sentimiento de pertenencia, de identidad. En cualquier programa de desarrollo económico auténtico, de extensión educativa (mejores sistemas de

explotación agropecuaria, por ejemplo), se tiene que partir de la base de que estos programas son en beneficio de los intereses auténticos de la comunidad en cuestión, ya sea indígena, campesina o urbana. Pero si estas comunidades desconocen o se avergüenzan de su propia identidad, de entrada se están negando su afán de lucha para sacar adelante sus propios intereses.

Por ello mismo se puede asegurar de manera tajante que el desarrollo económico de una comunidad dada no es sólo cuestión de disponibilidad o no de recursos naturales por ejemplo. La economía no es sólo cuestión de economía. Si la comunidad en cuestión no tiene un sentimiento "tribal", una conciencia de tradición, de pertenencia, de solidaridad y de destino, en fin, una identidad cultural sólida, no habrá desarrollo económico. He ahí la importancia cultural, social, económica y política del tema de la identidad y la relevancia de su defensa y engrandecimiento. Mientras el pueblo colombiano sienta vergüenza de lo propio, le estará dando la espalda a su tierra, negando su propio desarrollo, su devenir histórico.

Para concluir se debe resaltar que la integración interna de Colombia obligatoriamente debe pasar por una mayor integración económica, social, cultural y política del estado colombiano



con otros países y regiones del mundo. El desarrollo interno de Colombia está inequívocamente ligado a su mayor inserción en esa aldea global en la cual se ha convertido nuestro mundo de hoy. Tendencia, que a pesar de los estallidos de localismos y nacionalismos atónicos, es un proceso que ya no tiene marcha atrás.



## Bibliografía

KRISTAL, Irving.  
*Capitalismo y Cultura*. En: Facetas, No. 99. U. S. U.S.A.: Information Agency, 1993.

Varios  
*Cultura Pop: Imágenes y Temas*. En: Facetas No. 99 U. S. U.S.A.: Information Agency, 1993.

