

EL REALISMO DE LA “OTRA” INTEGRACIÓN

MARCELINO BISBAL*

Además de haber contribuido en grande a la
popularización de la música [...] nacieron con nosotros
o nosotros nacimos con ellos, llegando con su poder
de penetración hasta
los intersticios más profundos de nuestro ser,
evacuándose en nuestra alma, eyaculando
en nuestras entrañas [...]
forzándonos a reconsiderar y a reevaluar
prácticamente cada pensamiento, cada acción, cada institución,
la familia, el barrio, la educación, el empleo,
el gobierno, nuestras relaciones con “los otros”.

Denzil Romero

...Porque hay *otra integración*. Porque hay una manera de conocernos y de imaginarnos, que a la postre viene a ser casi lo mismo, que rebasa los límites de la política y la economía en general. Quizás hablar de *unidad binacional* en términos históricos, en perspectiva socio-histórica, en flujos comerciales, en inversiones, en complementaciones empresariales, en acciones políticas las más de las veces –especialmente en estos tiempos– conflictivas sea un tanto impertinente. De ambos lados se hacen

* Profesor jubilado de la UCV. Coordinador de pregrado de Comunicación Social en la UCAB.

presentes las más diversas significaciones de la vida nacional que rebasan con creces las similitudes históricas y que a la vez nos hacen ser tan distantes aun estando tan cercanos.

Las relaciones entre los países no se agotan tan sólo en el plano de la racionalidad mercantil, ni siquiera en el escenario de los horizontes políticos. Hay otros espacios, otros escenarios en donde la gente, el común de los ciudadanos, se está viendo e identificando con diversidad de caras, pero a la vez con sentido de identidad dentro de la diversidad. A principios del siglo XX, como refiere Carlos Monsiváis, lo propio en América Latina

[...] es la homogeneidad de gustos y creencias, la visión de la familia como el segundo recinto eclesiástico, el catolicismo como el archivo de axiomas, la intimidación ante las metrópolis (que muy pocos conocen), el homenaje continuo a los héroes (presentados como padrinos y ángeles de la guarda de los gobernantes), el analfabetismo generalizado, el papel preponderante de la cultura oral, la superstición que identifica el título profesional con un rango espiritual superior, la mística de la poesía (de preferencia en su versión declamatoria), el recelo ante la ciencia que busca devastar la fe, las maneras únicas (aprobadas) de ser hombres y ser mujeres, la sujeción femenina ("La mujer en casa y con la pata rota") y, siempre aparatoso, el pavor ante la tecnología en donde caben las monjas que informan a la curia del invento diabólico utilizado por un obispo (el teléfono), provocan pasmo los primeros fonógrafos (tienen un enano dentro que canta y toca), se aterran (y se esconden en sus asientos) los espectadores de cine al ver avanzar desde la pantalla a la locomotora [...] En los primeros años del siglo XX latinoamericano, lo simbólico es el segundo lenguaje social, el ahorro de tiempo, el intercambio de certezas, el afianzamiento enfrentado y simultáneo de las tradiciones populares, la declaración de perdurabilidad del tradicionalismo, el apuntalamiento de la mentalidad republicana (Monsiváis, 2000:156-157).

Pero a medida que avanza el siglo y con él el peso del desarrollo de las tecnologías, no sólo de producción simbólica, sino también de recep-

ción-percepción, los gustos y regustos, las identidades en cuanto mediación de identificaciones y reconocimientos de lo propio y ajeno, las preferencias y las visibilidades de la vida se hacen heterogéneas y emigran hacia nuevos territorios. El entramado que se va dando es complejo y conflictivo a la vez.

La radio y el cine contribuyeron en la primera mitad de este siglo a organizar los relatos de la identidad y el sentido ciudadano en las sociedades nacionales. Agregaron a las epopeyas de los héroes y los grandes acontecimientos colectivos, la crónica de las peripecias cotidianas: los hábitos y los gustos comunes, los modos de hablar y de vestir, que diferenciaban a unos pueblos de otros. La comunicación por radio ayudó a que grupos de diversas regiones de un mismo país, antes lejanos y desconectados, se reconocieran como parte de una totalidad. Los noticieros que comenzaron a vincular zonas distantes, así como las películas que enseñaban a las masas migrantes la manera de vivir en la ciudad y trataban los conflictos interculturales, proponían nuevas síntesis posibles de la identidad nacional en transformación [...] Los medios masivos fueron agentes de las innovaciones tecnológicas, nos sensibilizaron para utilizar aparatos electrónicos en la vida doméstica y liberalizaron las costumbres con un horizonte más cosmopolita; pero a la vez unificaron los patrones de consumo con una visión nacional (García Canclini, 1995:107-108).

Es decir, que las industrias culturales le darán a la sociedad un nuevo contorno, unos nuevos límites y, por lo tanto, un nuevo mapa. Los grandes medios de comunicación social, evidentemente entrelazados con el mundo de la producción económica, de la economía, serán los encargados de dispensar identidades e integración social. Hoy las industrias culturales se han vuelto un signo clave de las economías modernas tanto de países del primer mundo como de países en desarrollo y un signo de expansión económica en muchos países. Ellas no sólo aportan cantidades significativas al PIB de las naciones (por ejemplo, en Colombia se estima que las industrias culturales aportan el 4,03 por ciento del PIB por encima del 2,75 por ciento que representa el café como principal producto agrícola de ese país) sino que además cobran una gran importancia como capi-

talizadoras de la voluntad colectiva y fabricantes protagónicas de la identidad cultural del aquí y ahora. Además de ser en el presente actores fundamentales de la cohesión social y política, incluso servir de mediadoras de nuevas formas de entendimiento social. Ya lo decía Monsiváis: “El país requería bases comunes, lazos colectivos. El cine y la radio se cohesionaban como factores irremplazables de unidad nacional. Un público se sorprende al compartir entusiasmos y catarsis, integrado a una nación” (citado por Martín-Barbero, 1987:163).

Ahora la pregunta: ¿dónde reside la clave de las relaciones culturales entre Colombia y Venezuela, por qué caminos transita, por qué medios, con qué significaciones, cuál ha sido el encuentro cultural entre ambos países, qué otras formas adquiere la integración colombovenezolana, cómo se instala lo cultural en la integración, cómo las manifestaciones de las culturas populares y las culturas masivas se hacen presentes en las identidades de las dos sociedades,...? Para intentar responder a esta interrogante el Grupo Académico Binacional se planteó en 1999 una encuesta de opinión donde el objetivo del estudio fue investigar la imagen que los habitantes de cada país tenía de sus vecinos y de sí mismos, analizar los grados de aceptación o de rechazo que hay entre ambos y explicar la opinión que existe en los dos países sobre temas claves para las relaciones binacionales como el comercio, la integración, el diferendo, la guerrilla, el narcotráfico y los derechos humanos. Y en lo que compete a este texto se buscaba analizar las prácticas de consumo cultural en términos comparativos partiendo de la perspectiva de que “el consumo cultural tiene que ver entonces con las relaciones complejas que establecen las audiencias con los diversos productos culturales, sus rutinas de selección y sus usos sociales, su resemantización, las conexiones que establecen entre estos productos y otras prácticas cotidianas” (Bisbal, Rey y Barbero, 1999: 41). Es decir, el entender la integración y la relación entre nuestros países a partir del entender esta dimensión del estudio de los gustos y preferencias desde el consumo “como sistema de integración y comunicación”, pero también como “espacio de producción de sentidos”.

Si hasta ahora, en la relación entre nuestros dos países, hemos pensado en la integración por el mercado y por las manifestaciones de la llamada “alta cultura”, ya es hora de que pensemos en la integración a par-

tir de la potencialidad integradora que traen consigo los circuitos culturales tradicionales que van desde el turismo hasta la expansión de un sistema multimediático que comprende la informática, la telefonía celular, las transmisiones por satélite y cable y los sistemas de CD y DVD. Desde esa faceta la relación cultural binacional y el planteamiento de la integración se coloca en "otro registro" que abarca al conjunto de las mayorías, marginadas o no, de nuestros pueblos.

Hoy existe entre los dirigentes gubernamentales y los políticos una afirmación de la importancia que han adquirido los medios y las industrias culturales en los procesos de integración, pero el recurso es más retórico que expresivo de una verdadera conciencia política al respecto [...] la presencia del tema de los medios y las industrias culturales es hasta ahora netamente marginal: "objeto sólo de anexos o acuerdos paralelos" [...] Concentrados en preservar patrimonios y promover las artes de élite, las políticas culturales de los Estados han desconocido en los hechos el papel decisivo de las industrias audiovisuales en la cultura cotidiana de las mayorías. Ancladas en una concepción básicamente preservacionista de la identidad, y en una práctica desarticulación con respecto a lo que hacen las empresas y los grupos independientes, las políticas públicas están siendo incapaces de responder al reto que plantea una integración gestionada únicamente por el mercado (Varios autores, 2003:215-216).

Se nos plantean, entonces, tres desafíos: entender la llamada *integración simbólica* que viene de la mano por la penetración y arraigo de las industrias culturales y sus cruces multimediáticos: y por otro lado, pensar sin prejuicios ni planteamientos apocalípticos, la remodelación que están sufriendo los imaginarios culturales y las culturas nacionales que logran subsistir. Pero también, y es el otro desafío, es necesario entender cómo los productos culturales vehiculados por y desde las industrias culturales logran conectarse con los gustos y preferencias de los vecinos sin abandonar y tampoco renunciar a los cánones que están imponiendo los mercados internacionales al igual que las propias historias-territoriales en términos culturales.

Parece necesario, llegados hasta aquí, precisar algunos resultados de la investigación acerca del consumo cultural entre nuestros países, para entender el complejo nudo de relaciones y conocimientos mutuos que se tejen con fuerza expansiva, al margen de los circuitos de intercambio cultural que emergen desde las retóricas grandilocuentes de los gobiernos y los espacios formalmente institucionalizados por los propios gobiernos y las políticas públicas unidimensionales.

1. Los procesos migratorios de colombianos hacia Venezuela han representado un intercambio cultural pleno de riqueza y de encuentro. Allí se ha dado la hibridación cultural de García Canclini o el simple mestizaje de costumbres y maneras de ser. La frontera siempre ha sido un lugar de encuentro y de construcción de encuentros hacia la capital y los distintos estados del país. Desde la “salsa”, que es el lenguaje y el ritmo del caribe urbano de hoy en donde el barrio es su marca, ha servido de comunicación para el conocimiento de los traspasos de un lado hacia el otro en busca de mejores condiciones de vida y con ellos signos lingüísticos, costumbres culinarias, vestimentales, gestuales y tradiciones que se mezclan para conformar “identidades confundidas” que resultan finalmente nuevas identidades. Después de muchas investigaciones, libros y reflexiones en torno al tema de la dinámica migratoria a partir de la segunda mitad del siglo XX, tuvo que ser la figura del panameño Rubén Blades la que nos diera la clave del proceso: *Caminos verdes*.

Hoy, el proceso continúa de manera menos intensa que durante los sesenta, los setenta y los ochenta, pero aparece ahora el fenómeno de los “desplazados”, los “refugiados” que corren huyendo de los “paras”, de la guerrilla, de los “narcos” y hasta del mismísimo ejercito. Pero otra vez la letra de Blades es ritmo que refleja esa realidad del presente: “Voy llegando a la frontera.../(coro) jeheheheheh...ae!!!!/Pa’salvarme en Venezuela.../ (coro) jeheheheheh...ae!!!!”.

2. El espacio narrativo que ha servido para cantarnos como se han ido tejiendo los itinerarios culturales de los pueblos y de la gente en singular ha sido la música. En ellas los sentimientos, las demandas colectivas, los símbolos de modernidad, los cambios y hasta la densidad de los

estereotipos han encontrado un extraordinario vehículo. Y con la música la radio, el disco, el cassette primero y el CD ahora y hasta el cine. Los ritmos de la Billo's Caracas Boys o Los Melódicos, las canciones del Puma o del Binomio de Oro o del vallenato recreado por los arreglos y la voz de Carlos Vives han devenido no sólo en goce y entretenimiento, sino en puente para el conocimiento y el tránsito de vivencias.

Lenguaje público que adquiere tonalidades que van desde el género llanero con el joropo, hasta la balada y el rock. Las muestras de esa afirmación son múltiples: recordemos al cantante Rafael Orozco del Binomio de Otro que en 1991 impusiera la canción *A Venezuela*; el tema *Café y Petróleo* de los hermanos Ana y Jaime en donde se habla de la riqueza y belleza de los dos países; las figuras de artistas como Simón Díaz, Luis Silva, Reynaldo Armas, Arias Vigoth, Cholo Valderrama, Scarlet Linares, Giovanni López...; o la canción *Los hijos de la oscuridad* de Franco de Vita dedicada a los niños de Colombia. Pero también la música juvenil bajo la forma de rock, balada y hasta música electrónica ha tenido eco en este encuentro y contacto. Desde Colombia figuran, entre los más conocidos, Los Aterciopelados con su cantante Andrea Echeverri y los Kraker en la onda del "rock pesado". En el caso de Venezuela son los grupos de Desorden Público, Los Amigos Invisibles y hasta grupos de "rap" los que más suenan del otro lado. La figura de Shakira es la que más se menciona cuando desde Venezuela se le pregunta a la gente por las personalidades más conocidas. Es que esta cantante colombiana representa "el consumo de las emociones" a través de piezas como *Peligro, ¿Dónde estás corazón?*, *Pies descalzos* y en *¿Dónde están los ladrones?*, canciones todas que fusionan la balada pop con el rock. Hoy, irrumpe la figura de Juan Esteban –"Juanes"– con *La camisa negra*, canción que aparece en los primeros lugares de sintonía y que estando de gira llenó los escenarios más importantes de Venezuela.

La investigación demostró que la música es la actividad que más aproxima a los habitantes de los dos países. Federico Pacaninis, quien es un poco de todo pero siempre girando alrededor de la radio y la música, recientemente decía que "¿Será entonces necesario ubicar todo aquello musical, primigenio en cada cual, para matizar la comprensión de uno mismo y, además, del sitio donde se está? ¿Resultan indispensables estos datos para la

comprensión del espacio y el tiempo vital? ¿Va por allí cierta clave cultural de quiénes somos y hacia dónde vamos?” (citado por Pérez, 2005: 2).

3. Pero quizás sea la televisión y, más concretamente, la telenovela el producto cultural que en los últimos años ha unido más a colombianos y venezolanos. Porque las audiencias de los melodramas venezolanos en Colombia ha sido inmensa y fervorosa así como las producciones colombianas se han abierto camino en estos años recientes en las cadenas televisivas venezolanas, mostrando modelos diferentes de producción y estilos dramáticos que contrastan. Matrices culturales, perspectivas de comprensión de lo social, crónica de los cambios en los estilos de vida, están presentes en estos relatos que en su aparente frivolidad convocan la imaginación y también el pensamiento y las expectativas de amplios sectores sociales en ambos países, que les ofrecen un lenguaje común y una narración que termina por ser un relato de los respectivos países.

En los momentos del mayor flujo de personas entre ambos países, la telenovela venezolana constituía el género hegemónico del melodrama televisivo en Colombia. El panorama ha cambiado: de aquel “Cristal”, “Topacio” o el clásico “Derecho de nacer” hasta “Por estas calles”, hemos pasado a que ahora la telenovela colombiana -que no sólo estructura novedosas e ingeniosas armazones narrativas- acapara una audiencia importante en nuestro país. “Señora Isabel”, “Café con Aroma de Mujer”, “Guajira”, “Perro Amor”, “En Cuerpo Ajeno”, “Las Aguas Mansas”, “La Viuda de Blanco”, “La Otra Mitad del Sol”, “Café”, “Las Juanas”, “Betty La Fea” entre otras han sido telenovelas colombianas de gran éxito (“rating”) en nuestro medio. Un diario como *El Nacional* llegó a titular que “Colombia lava su imagen con melodramas”. La telenovela colombiana ha funcionado también como “producto multimediático”. Esto significa que con ella se vende la canción de presentación, las artistas y actores convertidos ahora en cantantes y de esta forma clásicos bailables de la cumbia, la guaracha, el porro, el vallenato,... pasan a ser conocidos por estos lados y afianzar de esta manera (telenovela, música, ambientación, actores y contenidos) “las relaciones binacionales desde las fronteras del entretenimiento”.

Pero también la telenovela ha servido para el intercambio y el flujo de guionistas, especialmente venezolanos, y artistas de ambos lados.

"En ese sentido actualmente Colombia cuenta con siete actores venezolanos en sus novelas, ellos son Scarlet Ortiz y Jorge Reyes, protagonistas de la telenovela "Todos quieren con Marylin", Andrés Suárez ("Chucky") en esta misma serie, Juan Batipsta, uno de los gavilanes en "Pasión de Gavilanes", Gaby Espino en "Luna la heredera" y Coraima Torres quién está casada con el actor colombiano Nicolás Monetero [...] Entre tanto, Venezuela cuenta en este momento con cuatro actores colombianos: Juan Pablo Rada, en varias novelas como "La Niña de mis Ojos", "La Estrambótica Anastasia" y "Mi Gorda Bella", Rafael Novoa que actuó en "Cosita Rica", Pedro Rendón en "Negra Consentida" y Marcelo Cezán que actuó en novelas como "María de los Ángeles", "Niña Mimada" y "Mambo y Canela" (*El Colombiano*, 2005).

4. En los últimos años, y después de nuestra investigación, el cine se ha presentado como un espacio para el reflejo de nuestras maneras de ser, inclusive de actuar, y una forma de cómo nos vemos desde ambos lados. Ya no es solamente a través de la telenovela como nos hemos ido reconociendo como "casi iguales", ahora el cine ha ensayado desde su lenguaje unos códigos de la pobreza, de las violencias y de las cotidianidades de ambos países.

La imagen de la película venezolana *Punto y Raya*, la expresión cinematográfica más reciente, nos habla de la amistad entre colombianos (Edgar Ramírez) y venezolanos (Roque Valero), pero también nos narra cómo la miseria y la trampa, la viveza y la suerte, hasta la solidaridad es otra forma de vivir y de ver la frontera colombovenezolana. Después de su pequeña guerra, terminan siendo grandes amigos. Ese es el destino de nuestras naciones, por encima de los gobiernos, de los políticos, de la política, de la guerrilla, de los ejércitos y del narcotráfico.

Desde esos resultados tan puntuales y desde las perspectivas que desde allí se abren, podemos afirmar sin lugar a dudas que desde lo cultural de las grandes industrias culturales se materializa un universo nuevo de relaciones interculturales, que moldean imágenes y trazan directrices conductuales. Al lado de los numerosos conflictos que se han suscitado y se siguen suscitando, el estudio que hicimos demuestra el peso central que tiene la circulación de programas televisivos (en especial las

telenovelas) y de otras formas de la industria cultural masiva y popular como la música. Para los colombianos el principal producto cultural venezolano es la telenovela (21 %), seguida del joropo (17 %) y el béisbol (15 %), mientras que para los venezolanos la principal manifestación cultural de Colombia es el vallenato (24%), seguido del fútbol (23%) y la telenovela (18%). La literatura ocupa el quinto lugar en la opinión de las muestras, con porcentajes bastante menores a los que se atribuyen los ubicados en los primeros lugares.

Dentro de ese contexto no debe causar sorpresas que cuando se solicita a los venezolanos mencionar a tres colombianos famosos, estos citen en primer lugar a Shakira y a cuatro cantantes más, un futbolista, al premio Nobel Gabriel García Márquez y al pintor y escultor Fernando Botero. Ni tampoco que el primer venezolano famoso para los colombianos sea José Luis Rodríguez, el "Puma", seguido de Simón Bolívar y de Ricardo Montaner, entre los más mencionados. Esta verdad no debe llevar a incriminar a los medios, sino a comprender su grado de penetración y la utilidad impresionante como mediador entre colectividades. Sin duda, estas manifestaciones cumplen una función notable en el proceso de acercamiento, de lograr un conocimiento mejor del vecino y, en definitiva, de contribuir a tejer la compleja red de la integración.

BIBLIOGRAFÍA:

- Bisbal, Marcelino; Rey, Germán y Martín-Barbero, Jesús (1999). "Otros lugares para la cultura en las relaciones Colombia – Venezuela", en Varios autores (1999). *Colombia-Venezuela. Agenda común para el siglo XXI*. Colombia: Editado por IEPRI, U. Nacional de Colombia, U. Central de Venezuela, SECAB, CAF y Tercer Mundo Editores.
- García Canclini, Néstor (1995). *Consumidores y ciudadanos*. México: Editorial Grijalbo.
- *El Colombiano* (2005). "Colombia y Venezuela, la otra diplomacia". Edición Online del 4 de julio de 2005. Colombia.
- Martín-Barbero, Jesús (1987). *De los medios a las mediaciones*. España: Editorial Gustavo Gili.
- Monsiváis, Carlos (2000). *Aires de familia. Cultura y sociedad en América Latina*. España: Editorial Anagrama.
- Pérez, María Alejandra (2005). "Caracas baila y se contonea", diario *El Nacional (Papel Literario)* del 9 de julio de 2005. Venezuela.
- Varios autores (2003). *El espacio cultural latinoamericano. Bases para una política cultural de integración*. México. Convenio Andrés Bello y Fondo de Cultura Económica (FCE).