



Ensayo

Reseña literaria: “La cultura Huachaca. O el aporte de la televisión de Pablo Huneeus” y la actualidad tecnológica

The Literary review: “The Huachaca culture. Or the contribution of television by Pablo Huneeus” and current technology

Carla D. Araneda Condeza^{1*} 

¹Escritora. Universidad de Chile, Pío Nono N°1, Providencia, Región Metropolitana, Chile

*Correo electrónico: carla.d.araneda@gmail.com

Recibido: 28-04-2022. Aceptado: 21-05-2022

Resumen

Reseña de la obra “La Cultura Huachaca. O el aporte de la televisión” de Pablo Huneeus, con una perspectiva literaria y de actualidad sobre los nuevos desafíos que impone la tecnología. Cuarenta años después de publicar “La cultura Huachaca” la situación de Chile no ha cambiado ¿Es posible ese cambio?

Palabras clave: consumismo, cultura, Chile, conocimiento, pantalla.

Abstract

Review of the work “Culture Huachaca. Or the contribution of television” by Pablo Huneeus, with a literary and current perspective on the new challenges imposed by technology. Forty years after publishing “The Huachaca culture” the situation in Chile has not changed. Is that change possible?

Keywords: consumerism, culture, Chile, knowledge, screen.

Pablo Miguel Huneeus Cox es un escritor, periodista, docente, crítico social y sociólogo chileno. Nacido en 1940 en Santiago, titulado en la Universidad de Chile y doctorado en sociología por la Universidad de París. Fue uno de los consultores de la Comisión Económica para América latina (**CEPAL**). Docente en Universidad de Chile y Pontificia Universidad Católica. En 1976 fue participe de la fundación del Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (**SENCE**).

Como escritor tiene una vasta trayectoria, tanto en libros publicados como en publicaciones en diversos diarios y revistas. Ha publicado en The Economist de Londres, The Wall Street Journal de Estados Unidos y Literaturnaya Gazeta de Rusia.

En reconocimiento a su contribución a la literatura social, la Grand Valley State University de Míchigan, Estados Unidos, le confirió en octubre de 1992 la Orden al Mérito. Aporte por medio del empleo de sus textos en universidades de Ecuador, México, y Francia, entre otros aportes.

Una de las características que definen al escritor, y la clave de su obra, las describe el propio Pablo Huneeus, en su página web de la siguiente manera “...



escribe para la gente de Chile desde adentro, en su idioma y de manera sencilla, actitud que le ha ganado amplia estima”.

Por otro lado, Huneus (1982) dice que, junto con des- enmascarar el impacto negativo de la televisión, aquí se muestran las fuerzas culturales que condicionan la vida actual. La moral, la política, la delincuencia, las modas y hasta el uso de la razón obedecen. Todo ello atribuible a la televisión, que en la década del ochenta ya estaba inserta en más del 95% de los hogares del país.

El ensayo académico y divulgativo “La cultura Huachaca” de Huneus (*ob cit*), busca que toda persona pueda leerlo y asir un conocimiento profundo sobre la materia, el cual se explica por medio de diez capítulos. Que primero, sitúa en contexto al lector, exponiendo un ambiente social e histórico en el cual irrumpe el televisor con su llegada, primero a las casas y luego al subconsciente de la población, condicionándolo como un consumidor, determinando su forma de vivir, sin que el espectador sea consciente de ello.

Se evidencia un problema, se analiza, y finalmente se brinda una solución o una alternativa a este, el cual trae la irrupción de los televisores en los hogares, identificando diferentes falencias y pluralidad de efectos que ello traería aparejado. Tal como lo dijo Rosasco (2018) “En este libro Pablo Huneus ha puesto el dedo en la llaga abierta. Su obra tiene, además, el valor de no quedarse en la mera denuncia...” (p. 6).

Se describe la sociedad chilena de época, y cómo esta cambia con la llegada de la televisión, y lo que el autor llama “Cultura Huachaca”, que sin ánimos de resumir, sino de comentar, tiene una arista principal en tratar al ser humano como un consumidor, y potenciarlo como tal ¿Pero hasta qué punto? Hasta que se convierta en un bien de consumo en sí mismo. Esta idea se plasma de una forma muy ilustrativa en la novela de Palahniuk

(1996) Club de la lucha (referencia al primer libro, ya que es parte de una saga, de tres libros actualmente). Esta obra es un libro que analiza desde la cotidianidad el consumismo, y desarrolla a través de su trama esa idea de que al final no poseemos las cosas, sino que en cierto punto esas cosas nos poseen a nosotros mismos.

El consumismo es visto como un trofeo a alcanzar, y cuando estamos inmersos en ello explotamos, como lo hicieron los edificios que Tyler dinamitó. Tyler Durden es un personaje literario que ha trascendido las páginas de la obra, para transformarse en icono pop. Es uno de los personajes principales del libro El club de la lucha, protagonizado por Brad Pitt en la película de 1999, la cual actualmente se considera una película de culto entre cinéfilos.

Explotamos como los cimientos de una sociedad fracturada que solo necesita un empujón para caer, Tyler Durden es ese empujón que hará todo caer. Si bien este libro trata el tema del consumismo desde el Nihilismo, no por ello deja de poner en evidencia una de las enfermedades de la sociedad actual. Siendo ese un invento con tantas posibilidades de elevar la condición humana, se emplea para adormecer la mente y achatar el espíritu. Huneus (*ob cit*).

Uno de los primeros temas que trata este trabajo es el impacto mental de la imagen de la pantalla, y la atrofia que produce. Se reduce la capacidad de imaginar y de pensar en sí mismo, ya que la pantalla entrega una experiencia en apariencia completa, que nos mantiene aislados de la realidad. Se ofrece una ventana de conocimiento, que ahora llamamos la era de las informaciones, pero se prescinde de la experiencia personal del conocimiento del mundo que habitamos, atrofiando nuestra capacidad para tal experiencia.

Esta tecnología inmoviliza al espectador, creando una rutina en torno a ello. Para Huneus (*ob cit*) “Su na-



turalidad es ir evolucionando hacia etapas superiores. Por eso el hombre se humaniza a medida que es más de lo que es.” (p. 76). Frente a las pantallas poco queda del cuestionamiento y búsqueda del ser humano, poco hay de lo que se cuestiona el personaje Santiago, de “El viaje del olvido”, de Palma (2022):

“Pronto, estas actividades comenzaron a sentirse poco atractivas, y llegué a pensar en que era curioso que la vida pudiera convertirse en una mera repetición casi indefinida, y eso fuera tan bien aceptado por todos. Entonces, he ido pensando en una idea que poco a poco ha ido cobrando fuerza: que sin duda sobrevivir no puede ser lo mismo que vivir.” (p. 13)

La realidad que nos entregan las pantallas no es real, es fragmentario y vulgarizado. Tal como lo esgrimía Russell (1932), la verdadera cultura consiste en ser ciudadano del universo, no solo de uno o dos fragmentos arbitrarios del espacio-tiempo; ayuda al hombre a entender la sociedad humana como un todo, a apreciar sabiamente las finalidades que deben perseguir las comunidades y a ver el presente en relación al pasado y al futuro” (p. 93).

¿Una pantalla puede suplir el conocimiento personal? La respuesta evidente es un no rotundo, pero por alguna razón ello pareciera haber sido olvidado. Es inevitable la referencia a Siddhartha de Hesse (1922), obra que habla del camino del iluminado dentro del Budismo e hinduismo, en la que se trata sobre el conocimiento personal del mundo, de la vida, y de las experiencias, como el único camino que nos puede llevar a seguir el camino del Buda. Algo que Govinda, amigo de Siddhartha, tarda en comprender del todo. Con la llamada era de las informaciones pareciera ser que se ha dado algunos pasos atrás en este sentido.

Una conclusión evidente como es que, el mundo lo debes conocer por ti mismo, es olvidada detrás de miles

de individuos sentados frente a las pantallas de celulares, computadores, notebook, televisores, entre otros.

¿Es la televisión un medio de comunicación más? Como lo es la radio, el periódico. La respuesta del autor Huneus (*ob cit*) es rotunda: No. “es una tecnología que impone su propio carácter a la sociedad” (p.29). No es la sociedad la que moldea a la televisión, sino a la inversa. La televisión crea una imagen que replica en la sociedad, prescindiendo de la individualidad de la persona y de cada sociedad. La televisión es una tecnología para inducir hábitos de consumo y políticos. Asimismo, Huneus (*ob cit*) nos dice que “Todo indica que no es una tecnología neutra. Mientras la lectura por sí sola- independiente de los contenidos- tiende a despertar, la televisión por sí sola tiende a adormecer.” (p. 39)

¿Cuál es el costo de la televisión? ¿Es gratis? ¿Quién lo paga? Tiene un costo, no es gratis, lo paga la comunidad entera. ¿Cómo? Por medio de anuncios publicitarios y de propaganda, invasivos, violentos y de interrupción de contenido. Al respecto Huneus (*ob cit*) nos argumenta que “Su enorme potencial de manipular el comportamiento lo ha hecho un eficaz medio de promover ventas. La meta del programa es el comercial que lo interrumpe.” (p. 45)

El televisor posee un poder hipnótico eficaz para manipular, las empresas compran parte de ese tiempo con tandas comerciales y publicidad, contactan con la audiencia, venden su producto, y el precio de la publicidad se carga al precio final como un costo de producción. Quien paga la televisión es la audiencia y la comunidad toda.

En términos económicos la audiencia es un consumidor, y políticamente un voto. En ninguno de los dos casos es una persona. Al respecto Huneus (1982) infiere que esto “Nos lleva a estimar que consumir es existir. Consumo, luego existo, diría Descartes de la



onda...” (p.105)

El televisor como ya lo advertía Huneeus (ob cit), produce un efecto adictivo, el cual se ha incrementado en esta nueva era, en la que estamos constantemente desbordados de tecnología.

En el libro 1984 de Orwell (1949) se describe un mundo supeditado a un totalitarismo, a la dictadura de un único gran instrumento de dominación o subordinación, esto es, el televisor, el cual, no puede apagarse en ningún hogar. Entonces, aquí queda una pregunta obligada, usted lector ¿apaga el instrumento de dominación en algún momento? A diferencia de aquel mundo que nos presenta George Orwell y Pablo Huneeus, el actual no solo es dominado por los televisores, sino que además somos bombardeados por “otros”, más personales dirán algunos, y otros más invasivos; Celulares, computadores personales entre otros muchos. Entonces, estimado lector le planteo nuevamente la misma pregunta: Usted ¿apaga el instrumento de dominación en algún momento?

El final de la obra de Huneeus (ob cit) ofrece una solución para enfrentar el contenido basura, la manipulación y poner a la televisión al servicio de la humanidad, y no al revés. El punto es si 40 años después ¿es posible ese cambio aun?, considerando que la televisión chilena solo ha ido en un continuo declive, que se ha visto aumentado por las nuevas tecnologías, en las cuales se ha inundado de “cultura Huachaca”.

Bibliografía Consultada

Hesse, H. (1922). *Siddhartha*. Edisur.

Huneeus, P. (1982). *La cultura Huachaca*. (3° ed). Editora Nueva generación.

Huneeus, P. (1978). “Cambios estructurales de la mentalidad chilena.” *Revista universitaria, Pu-*

blicación Pontificia Universidad Católica de Chile, N° 1.

Huneeus, P. (26 de abril de 2022). *Pablo Huneeus*. <http://www.pablo.cl/index.php?seccion=quien>

Orwell, G. (1949). *1984*. (2° ed.). Debolsillo.

Palahniuk, Ch. (1996). *Club de la lucha*. (4° ed). Debolsillo.

Palma, A. (2022). *Viaje del olvido*. Amazon KDP.

Rosasco, J. (2018). *La Segunda*. Agosto 2018. Sección cultura.

Russell, B. (1932). *Education and the Social Order* (1° ed.). Unwin Books.

