

# ¿Existe el McMundo?

Richard Pells

**A** partir del 11 de septiembre del 2001 tanto los columnistas de periódicos y revistas como los analistas que aparecen en televisión han afirmado que el generalizado sentimiento de rechazo hacia los Estados Unidos no es sólo producto de su poderío económico ni de la política exterior unilateral del gobierno de Bush. La aversión, señalan, proviene también de su “imperialismo cultural”. Se ha dicho mucho acerca de la manera en que la cultura de masas estadounidense suscita animadversión y, a veces, reacciones violentas, no sólo en Oriente Medio sino en todo el mundo.

Sin embargo, el malestar que causa la dominación cultural estadounidense no es reciente. El escritor británico William Stead publicó el libro *The Americanization of the World* en 1901, un fatídico título que resumía la serie de preocupaciones que persiste hasta nuestros días: el miedo a la desaparición de idiomas y tradiciones nacionales, el temor al ocaso del carácter único de la identidad de cada país bajo el peso de las costumbres y las formas de pensar propias de los Estados Unidos.

A últimas fechas, la globalización se ha convertido en el principal enemigo para los académicos, periodistas y activistas políticos que abominan lo que, a sus ojos, revela una tendencia hacia la uniformidad cultural. Además, suelen considerar a la cultura internacional y a la cultura estadounidense como sinónimos, e insisten en aseverar que Hollywood, McDonald's y Disneyland anulan las peculiaridades regionales y locales al difundir imágenes y mensajes subliminales tan seductores que son capaces de acallar otras voces en otras tierras.

---

Traducido del inglés por Atenea Acevedo.

A pesar de dichas acusaciones, en los últimos cien años la relación cultural entre los Estados Unidos y el resto del mundo no ha sido desigual. Por el contrario, los Estados Unidos se han alimentado y siguen alimentándose de influencias extranjeras intelectuales y artísticas tanto como ha definido el concepto del entretenimiento y de las preferencias alrededor del mundo.

No se trata de un argumento que muchos extranjeros (e incluso estadounidenses) acepten sin reparos. Los clichés acerca de la “hegemonía” cultural de los Estados Unidos evitan que la mayoría de las personas reconozca el hecho de que difícilmente la cultura internacional moderna podría describirse como una entidad monolítica que los medios de comunicación masiva estadounidenses le han enjaretado al mundo. Tampoco es fácil para los que critican a Microsoft o a AOL Time Warner aceptar que la idea de una cultura integral y categóricamente estadounidense, capaz de envolver al planeta e implantar sus valores en las mentes extranjeras, no es más que un mito.

De hecho, los Estados Unidos, como país de inmigrantes desde el siglo XIX hasta el siglo XXI y como refugio de académicos y artistas en busca de asilo durante las décadas de 1930 y 1940, han sido tanto importadores como exportadores de cultura internacional. En efecto, la influencia de los inmigrantes y de los afroamericanos explica por qué la cultura estadounidense ha gozado de tanta popularidad durante tanto tiempo en tantos lugares. Esta cultura se ha extendido por todo el mundo gracias a la incorporación de estilos e ideas provenientes del extranjero. Lo que los estadounidenses han conseguido con mayor éxito que sus rivales en otras latitudes es modificar la envoltura de los productos culturales que reciben del exterior para después volver a transmitirlos al resto del planeta. En realidad, los estadounidenses se han especializado en revender a otros pueblos sus propias ilusiones, temores y folclor. Esa es la razón que explica por qué se ha llegado a identificar, de manera simplista, a la cultura de masas, en la escala mundial, con los Estados Unidos.

Después de todo, los estadounidenses no inventaron la comida rápida ni los parques de diversiones ni el cine. Antes de la Big Mac hubo pescado frito con papas, y el antecedente de Disneyland son los Jardines de Tívoli en Copenhague (fueron el prototipo que tomara Walt Disney para construir su primer parque temático en Anaheim, un modelo que se volvería a exportar a Tokio y a París).

Tampoco es razonable explicar los orígenes de la noción internacional de entretenimiento sólo a partir de P. T. Barnum o de Buffalo Bill. Las raíces de la nueva cultura internacional también se encuentran en la irrupción del modernismo europeo durante los primeros años del siglo XX en la literatura, la música, la pintura y la arquitectura del siglo XIX, pero sobre todo en la forma en que el modernismo se negó a respetar las tradicionales fronteras entre la cultura elitista y la cultura popular.

El sello distintivo de la cultura decimonónica, tanto en Europa como en Asia, fue el afán de conservar la pureza de la literatura, de la música clásica y de la pintura figurativa, y de defenderla de cualquier invasión de folclor y diversión popular. Nadie confundía a Tolstoi con las novelas de diez centavos, la ópera con los espectáculos del Lejano Oeste ni el Louvre con Coney Island. Se suponía que la cultura elitista debía ser educativa y contemplativa, además de elevar el espíritu; es decir, debía preservar lo mejor de la civilización humana.

Este tipo de creencias no impedía que Dickens se regodeara con el género del melodrama ni implicaba el desdén de Brahms hacia las canciones populares. Los autores y los pintores chinos o japoneses tampoco rechazaron la idea de recurrir a la tradición oral y al folclor. Sin embargo, prevaleció el ánimo de mantener las fronteras decimonónicas entre la cultura elitista y la cultura popular, aun cuando las líneas divisorias no permanecieran intactas.

Los artistas de principios del siglo XX echaron por tierra aquello que percibían como demarcaciones artificiales entre diversas manifestaciones culturales. Asimismo, al privilegiar el estilo y el oficio por encima de la filosofía, la religión y la ideología desafiaron la noción de cultura como un medio para mejorar la intelectualidad o la moral. Las novelas subrayaron el uso del lenguaje, la pintura acentuó la óptica, la arquitectura resaltó los materiales y la funcionalidad, la música destacó la estructura y no la melodía, todo ello de manera deliberada. Su objetivo era cimbrar al público y lo consiguieron. La pintura y la literatura modernas, con su marcado acento en los desnudos distorsionados, en la franca expresión sexual y en la reflexión acerca de la violencia, fueron tachadas de degradantes y obscenas, y se les condenó por apelar a los más bajos ins-

tintos de la humanidad. Poco después, los críticos usarían el mismo tono para denunciar la vulgaridad de la cultura popular.

Aunque el modernismo arremetió contra los convencionalismos de las culturas elitistas europea y asiática del siglo XIX, sin proponérselo aceleró el crecimiento de la cultura de masas en los Estados Unidos. De hecho, los estadounidenses ya se mostraban receptivos a la dilución de las fronteras culturales: en el siglo XIX era común que las orquestas sinfónicas estadounidenses incluyeran música de banda en sus programas, al mismo tiempo que se pedía a los cantantes de ópera que interpretaran a Mozart y a Stephen Foster por igual.

Así, para los estadounidenses del siglo XX, el surrealismo y sus asociaciones oníricas se prestaron fácilmente al juego de palabras y al simbolismo psicológico de la publicidad, a los dibujos animados y a los parques temáticos. El movimiento dadaísta ridiculizó el esnobismo de las instituciones culturales de las élites y a cambio fortaleció el ya evidente apetito (sobre todo entre los inmigrantes en los Estados Unidos) del vodevil, de las carpas de cinco centavos y de otros espectáculos de poca categoría. Los experimentos de Stravinski con música átona (y por ende nada convencional, carente de melodía) legitimaron las innovaciones rítmicas del jazz estadounidense. Ernest Hemingway y otros escritores, detractores de los adornos retóricos característicos de la prosa del siglo XIX, crearon un lenguaje seco y directo, diseñado para reproducir los rasgos más elementales de cada experiencia personal de la manera más auténtica posible. Ese lacónico estilo llegaría a convertirse posteriormente en el modelo a seguir para el periodismo, para las historias de detectives y para los diálogos cinematográficos.

Todas estas tendencias constituyeron los cimientos de una cultura totalmente nueva, una cultura que resultó no ser modernista ni europea. Por el contrario, los Estados Unidos transformaron una cultura todavía provinciana, dirigida en gran medida a los jóvenes y a los rebeldes de la sociedad occidental, y la convirtieron en un fenómeno de alcance mundial.

La propensión estadounidense a tomar prestadas las ideas del modernismo y transformarlas en una cultura internacional resulta más que evidente en las aplicaciones comerciales de la arquitectura moderna. El Bauhaus europeo, originalmente pensado como un experimento socialista en el diseño de viviendas

para la clase obrera en la década de 1920, con el tiempo desarrolló las teorías y las técnicas de construcción de rascacielos y casas de verano en los Estados Unidos. No obstante, las mismas ideas arquitectónicas regresaron a Europa después de la segunda guerra mundial convertidas en el modelo para la reconstrucción de ciudades devastadas por los bombardeos, como ocurrió con Rotterdam, Colonia y Francfort. Así, los Estados Unidos tomaron la otrora localizada y característica rebelión de los arquitectos holandeses y alemanes para convertirla en un “estilo internacional” de tipo genérico.

En todo caso, la relación recíproca entre los Estados Unidos y el resto del mundo se advierte mejor en el ámbito de la cultura popular. Hay muchas razones detrás del ascenso de la cultura de masas originada en los Estados Unidos. Sin duda, la capacidad que tienen los emporios de las comunicaciones de este país para controlar la producción y la distribución de sus productos ha sido un estímulo de gran relevancia para la expansión internacional del concepto estadounidense del entretenimiento. Sin embargo, el poder del capitalismo estadounidense no constituye la única ni la más importante explicación de la popularidad internacional de las películas y los programas de televisión que aquí se producen.

La efectividad del inglés como idioma para la comunicación masiva ha sido fundamental para la aceptación de la cultura estadounidense. A diferencia de idiomas como el alemán, el ruso o el chino, la estructura y la gramática simple del inglés, junto con su tendencia al uso de oraciones más cortas y concisas, son una ventaja para los compositores de canciones, slogans, caricaturas, encabezados periodísticos, así como de diálogos cinematográficos y televisivos. El inglés es un idioma extraordinariamente apto para satisfacer las demandas de difusión de la cultura de masas estadounidense.

Otro factor a considerar es el tamaño del público estadounidense. La existencia de un gran mercado interno ha permitido que tanto los directores y productores de cine como los ejecutivos de la industria de la televisión en los Estados Unidos recuperen la mayor parte de los costos de producción e incluso obtengan utilidades dentro de sus propias fronteras. Esta especie de amortiguador económico les permite además gastar grandes sumas en celebridades, escenarios, efectos especiales, locaciones y mercadotecnia, es decir, en todos los ingredientes que también conquistan al público internacional.

A pesar de todas estas ventajas, quizá la cultura de masas estadounidense no sea del todo estadounidense. Debido al flujo de inmigrantes y refugiados, el público de ese país no sólo es numeroso, sino internacional y complejo. El carácter heterogéneo de la población estadounidense (con su diversidad regional, étnica, religiosa y racial) ha obligado a los medios de comunicación masiva a experimentar con mensajes, imágenes y guiones de amplio contenido multicultural desde principios del siglo XX. Los estudios de Hollywood, las revistas de circulación masiva y las redes televisivas han tenido que aprender a dirigirse a una gran variedad de grupos y de clases sociales dentro del país, de tal manera que han desarrollado las técnicas para atraer a un público igualmente diverso en el exterior. En pocas palabras, el mercado interno estadounidense ha servido como laboratorio para crear productos culturales adaptables al mercado internacional.

La mezcla de estilos culturales constituye una de las formas más importantes en que los medios de comunicación masiva estadounidenses han conseguido trascender las divisiones sociales internas, las fronteras geográficas y las barreras del idioma. Los músicos y los artistas estadounidenses han seguido el ejemplo de modernistas como Picasso y Braque al recurrir a elementos de la cultura elitista y de la cultura popular, y al combinar lo sagrado con lo profano. Los publicistas han adaptado las técnicas del surrealismo y del expresionismo abstracto para dar a sus productos un carácter más enigmático. Compositores como Aaron Copland, George Gershwin y Leonard Bernstein incorporaron melodías folc, himnos religiosos, *blues*, canciones *gospel* y *jazz* a sus sinfonías, conciertos, óperas y música para *ballet*. De hecho, una de las manifestaciones artísticas estadounidenses por antonomasia, el *jazz*, evolucionó a lo largo del siglo XX hasta convertirse en una amalgama de ritmos africanos, caribeños, latinoamericanos y europeos modernistas. La combinación de múltiples expresiones en la cultura de masas estadounidense ha contribuido a su atractivo entre el público multiétnico dentro y fuera del país al encerrar los gustos y las experiencias más diversas.

En ningún ámbito se manifiesta de manera más clara la influencia extranjera que en la industria estadounidense del cine. Para bien o para mal, en el siglo XX Hollywood se convirtió en la capital cultural del mundo moderno, pero nunca ha sido una capital exclusivamente estadounidense. Al igual que otros centros culturales en la historia (Florencia, París, Viena), Hollywood ha desempeñado el papel de comunidad internacional, creada por empresarios inmigrantes y formada gracias al talento de actores, directores, guionistas, cineastas, editores, escenógrafos y diseñadores de vestuario de todo el mundo. Después de todo, la primera estrella del cine estadounidense fue Charlie Chaplin, un actor que había refinado sus habilidades como comediante en los teatros de variedades británicos.

Además, durante gran parte del siglo XX la imagen que los propios cineastas tenían de sí mismos era la de acólitos, aprendices de las grandes obras de los directores extranjeros. No fue antes de la década de 1920 que los directores estadounidenses obtuvieron un lugar en el panteón europeo que albergaba a Serguei Eisenstein, F. M. Murnau, G. W. Pabst, Fritz Lang y Carl Dreyer. Los años de la posguerra, desde la década de 1940 hasta la primera parte de la década de 1960, vieron el renacimiento de la era dorada del cine producido en Gran Bretaña, Suecia, Francia, Italia, Japón y la India. Se aclamó a toda una generación de extraordinarios directores extranjeros, reconocidos como los mejores realizadores de cine de autor en el mundo: Ingmar Bergman, Federico Fellini, Michelangelo Antonioni, François Truffaut, Jean-Luc Godard, Akira Kurosawa y Satyajit Ray.

Sin embargo, una de las paradojas del cine europeo y del cine asiático es que su mayor éxito consistió en propagar las semillas de las posteriores imitaciones estadounidenses. Tras el estreno de *Bonnie y Clyde* en 1967 (que originalmente sería dirigida por Truffaut o Godard), los nuevos genios fueron estadounidenses: Francis Ford Coppola, Martin Scorsese, Robert Altman, Steven Spielberg y Woody Allen. Tal vez debieran mucho de su método, basado en la improvisación, y de sus preocupaciones autobiográficas, al neorrealismo italiano y a la nueva ola francesa. Pero, ¿quién necesitaba ver otra *La Dolce Vita*, en cualquier país del mundo, si podía disfrutar de *Nashville*? ¿Para qué tratar de entender *Jules y Jim* o *L'Avventura* cuando ahí estaban *Annie Hall* y *El Padrino*?

¿Acaso no podía pensarse en la posibilidad de que *Los siete samuráis* no tuviera la fuerza o la intensidad fílmica de *La pandilla salvaje*?

La influencia de los cineastas extranjeros fue tan poderosa que les resultó contraproducente. Ellos contribuyeron a revolucionar el cine estadounidense, tanto que después de las décadas de 1960 y 1970 prácticamente ninguna industria cinematográfica fue capaz de equipararse con la popularidad de las películas producidas en los Estados Unidos.

En todo caso, hay que recordar una vez más que los filmes estadounidenses nunca han sido del todo estadounidenses. Para citar otro ejemplo, los directores de este país siempre han emulado a los artistas y a los cineastas extranjeros al prestar gran atención al estilo y a las cualidades formales de sus películas, así como a la necesidad de narrar una historia de manera visual. Los pintores de principios del siglo XX deseaban que el espectador reconociera líneas y colores en el lienzo y no reproducciones del mundo natural. Igualmente, muchas cintas estadounidenses se han propuesto recordarle al público que está viendo una película y no una obra de teatro ni una fotografía de la realidad, como se ve en el abanico que va desde los múltiples narradores en *El ciudadano Kane*, pasando por el retrato de la manera en que dos amantes imaginan su relación simultáneamente por medio de una pantalla dividida en *Annie Hall* y los *flash-backs* y los *flash-forwards* en *Pulp Fiction*, hasta las rosas que florecen en el vientre de la chica ideal y dueña de las fantasías de Kevin Spacey en *Belleza americana*. Los productores y directores estadounidenses, no sólo en el cine sino también en MTV, se han mostrado dispuestos a recurrir a las más depuradas técnicas de edición y filmación, en gran medida inspirados en los directores europeos, con el fin de crear un *collage* modernista de imágenes que encierre el carácter vertiginoso y seductor de la vida en el mundo de hoy.

La adicción hollywoodense a la pirotecnia visual modernista es particularmente evidente en el estilo no verbal que despliegan la mayoría de los artistas contemporáneos. La tendencia a hablar entre dientes no siempre estuvo en boga; durante las décadas de 1930 y 1940 el sonido y el significado de las palabras no sólo desempeñaba un papel importante en el cine, sino también en los discos y en la radio. Aunque algunas estrellas locales como John Wayne y Gary Cooper se hicieron célebres por su estilo lacónico, por lo menos el público po-

día escuchar y entender sus diálogos. Pero el papel central del lenguaje en las películas filmadas en la década de 1930 hizo que Hollywood dependiera con bastante frecuencia de actores británicos (como Cary Grant) o bien de estadounidenses que tuvieran un ligero acento británico (como Katharine Hepburn y Bette Davis). Este es un gran indicador de la importancia que tuvo el talento extranjero (sobre todo británico) para Hollywood, en una época en que las más famosas bellezas sureñas de la ficción y el drama estadounidenses, Scarlett O'Hara y Blanche DuBois, llegaron al cine interpretadas por Vivien Leigh.

La elocuencia verbal en los actores de los tiempos previos a la segunda guerra mundial, manifiesta tanto en el cine como en el teatro, desapareció después de 1945. Tras la revolucionaria actuación de Marlon Brando en *Un tranvía llamado deseo* en la puesta en escena producida en 1947 y en la película realizada en 1951, la falta de elocuencia se convirtió en el modelo de la actuación en los Estados Unidos: una perturbadora y vacilante introspección ausente en los héroes y las heroínas que se distinguían por la labia y el ingenio, protagonistas de las comedias de enredos y de las películas de *gangsters* producidas en la década de 1930. Brando se formó como actor a partir del Método, la técnica creada por Stanislavski en el Teatro de Arte de Moscú antes de la Revolución rusa y llevada a Nueva York por miembros del Group Theater también en la década de 1930. Mientras que a los actores británicos, estudiantes de Shakespeare, se les enseñaba a subordinar su propia personalidad a las exigencias del papel que debían interpretar tal como estaba escrito, el Método exhortaba a los actores a improvisar, a evocar recuerdos de su infancia y a explorar sus sentimientos, aun a costa de las intenciones originales del dramaturgo o del guionista. En alguna ocasión Norman Mailer comentó que los silencios y las miradas a lo lejos de Brando parecían sugerir que el actor estaba buscando una línea mejor que aquella que originalmente escribió el guionista. De hecho, el estilo de Brando (y el de sus seguidores e imitadores, desde James Dean hasta Robert De Niro, pasando por Warren Beatty) desataría una rebelión contra la escuela británica de actuación y su veneración por el guión y la palabra escrita y hablada.

De esta manera, después de la segunda guerra mundial la fuerza emocional de los actores estadounidenses nació de aquello que no se decía, de aquello que ni siquiera podía expresarse con palabras. El trabajo de los actores del

Método, en el que se echa mano de los gestos e incluso del silencio para interpretar determinado papel, ha resultado más que adecuado para un estilo cinematográfico que pone tanto énfasis en lo inexpresable. De hecho, la influencia del Método, tanto en los Estados Unidos como en otros países (se encuentra en los estilos actorales de Jean-Paul Belmondo y Marcello Mastroianni), es un clásico ejemplo de la forma en que una idea extranjera, inicialmente concebida para el teatro, fue adaptada al cine estadounidense durante la posguerra y después transmitida al resto del mundo como paradigma del comportamiento dentro y fuera de la pantalla. Más importante aún, la indiferencia del Método hacia el lenguaje permitió que el público internacional, incluso aquel que no tenía conocimientos profundos del inglés, comprendiera y apreciara el contenido de las películas estadounidenses.

Por último, la cultura estadounidense no sólo ha imitado la vistosidad de los modernistas, sino también el énfasis en la expresión personal y la tendencia a mostrar una actitud apolítica y carente de ideología. El factor que mejor explica la popularidad internacional de la industria estadounidense del entretenimiento es su renuencia a apabullar al público con mensajes sociales. Las películas estadounidenses han observado la tradición de enfocarse en las relaciones humanas y en los sentimientos personales, no en los problemas característicos de determinadas épocas o determinados lugares. Se trata de filmes que relatan historias de romances, intrigas, éxitos, fracasos, conflictos morales y de supervivencia.

Las cintas más memorables de la década de 1930 (con excepción de *Las viñas de la ira*), lejos de ser películas de conciencia social que abordan temas como la pobreza y el desempleo, son comedias y musicales acerca de enamorados que forman parejas disparejas. En el mismo tenor, las mejores películas sobre la segunda guerra mundial (como *Casablanca*) o sobre la guerra de Vietnam (como *El cazador*) permanecen en la memoria mucho después del final de los conflictos porque exploran las emociones más íntimas de los personajes y no hacen demasiado hincapié en los acontecimientos que se convierten en noticias de primera plana.

Todos los seres humanos pueden identificarse con la intensidad de estos dilemas personales. Los europeos, los asiáticos y los latinoamericanos no acudieron en masa a ver *Titanic* (como alguna vez sucediera con *Lo que el viento se llevó*) porque la película sea una celebración de los valores estadounidenses, sino porque todas las personas que habitan el planeta pueden ver parte de su vida reflejada en esta historia de amor y de pérdida.

En más de una ocasión la cultura de masas estadounidense ha sido ordinaria e impertinente, tal como lo han señalado con pesar sus críticos, entre los que se encuentran académicos también estadounidenses, como Benjamin Barber, y directores alemanes como Wim Wenders. Según ellos, la cultura estadounidense está “colonizando” el subconsciente de toda la población y la reduce a simples habitantes de un “McMundo”.

No obstante, la cultura estadounidense nunca ha resultado del todo ajena a los extranjeros. Y, en el mejor de los casos, ha transformado la herencia de otros pueblos en una cultura accesible para todas las personas, independientemente de dónde se encuentren en el globo. Una cultura que millones de seres humanos alrededor del mundo encuentran irresistible desde la perspectiva emocional y, a veces, artística.

Así que es importante reconocer cuán familiar resulta gran parte de nuestra cultura para quienes viven en otros países, a pesar de la actual hostilidad hacia las políticas y los valores estadounidenses en Europa y en Latinoamérica, en Oriente Medio y en Asia. En todo caso, nuestras películas, programas de televisión y parques temáticos han sido menos “imperialistas” que cosmopolitas. A fin de cuentas, la cultura de masas estadounidense no ha transformado al mundo en una réplica de nuestro país. Por el contrario, la dependencia de los Estados Unidos respecto de las culturas extranjeras nos ha convertido en una réplica del mundo. ❧

© *The Chronicle of Higher Education*, 12 de abril 2002