

Relaciones de poder en la moda cubana actual

Autora: Lic. Betty Rodríguez Quevedo

E-mail: bettyrq@isdi.co.cu

Dpto. Marxismo-Leninismo

Resumen

Las relaciones de poder que se expanden hoy con más facilidad en la era globalizada, han traído por consecuencia un cambio paulatino de las mentalidades en el acontecer cubano. El objetivo de este ensayo es marcar algunas pautas y demostrar cómo existe un discurso hegemónico, transformador y portador de una nueva cultura.

El método a utilizar será el sintético-analítico donde se reunirán racionalmente varios elementos dispersos en una nueva totalidad, con la utilización de teorías de poder, y el hipotético-deductivo de la Escuela Francesa de los Añales, por el cual se planteará una hipótesis que se llegará a definir por medio de la interrelación dialéctica de la inducción y la deducción. Además será importante la observación de la moda cubana y la entrevista a sujetos portadores de la misma.

Como resultado y conclusión del presente ensayo se busca delimitar el velo que existe hoy entre el hombre nuevo idealizado por la Revolución cubana y el hombre propuesto por el discurso hegemónico de la globalización, que llega a aceptar incluso formas veladas de re-colonización.

Introducción

Las relaciones de poder que se expanden hoy con más facilidad en la era globalizada, han traído por consecuencia un cambio paulatino de las mentalidades en el acontecer cubano. La moda, entendida como una tendencia adoptada por gran parte de la sociedad –y que en el presente trabajo se asociará a la vestimenta- es portadora de simbologías que son ajenas a la cultura e identidad cubana, y que porta el peligro de una inversión en la ideología socialista.

Es necesario delimitar las diferencias que existen entre el hombre nuevo idealizado por la Revolución Cubana y el hombre propuesto por el mercado y la globalización, para lo cual se traza el objetivo de explicar cómo existe un discurso hegemónico, transformador y portador de una contra cultura que remite a una ideología alterna.

Para la elaboración del presente ensayo fue necesaria la utilización de teorías de poder y de hegemonía, trabajadas por los filósofos Michael Foucault y Antonio Gramsci. Además se utilizó el método sintético-analítico donde se reúnen racionalmente varios elementos dispersos en una nueva totalidad y el hipotético-deductivo de la Escuela Francesa de los Añales. También fue importante la observación de la moda cubana y la entrevista a sujetos portadores de la misma.

El ahora entre un antes y un después

“Sea breve, que hemos perdido 50 años”, fue uno de los titulares de entre los miles de carteles que surgieron con el triunfo de la Revolución Cubana en enero de 1959. Éste detentaba la necesidad inmediata de cumplir las premisas del cambio, de la nueva época. En aquel entonces uno de esos objetivos era subvertir el orden y con ello crear un hombre nuevo, portador de distintos valores capaces de anular los viejos ídolos. En esta tarea estaban abocados los medios de comunicación masiva: la televisión, la prensa; y la imagen de Fidel como símbolo del cambio. Lo revolucionario invadió las campañas publicitarias y fue mecanismo creador de una nueva realidad social, de una nueva cultura. Apareció un imago mundi que reflejaba la realización de los ideales de justicia social,¹ y donde el espectador devenía partícipe, convirtiéndose en emblema del rompimiento con lo anterior para transformarse en el hombre socialista.

Este cambio partió de la cultura, pues desde ella se inaugura un nuevo discurso, creador de una identidad, que al mismo tiempo de romper con el imaginario anterior, daba continuidad a aquellos aspectos que unían al hombre del pueblo –según el concepto de Fidel- y que buscaba las huellas en el pasado independentista y antiimperialista. La “expansión molecular del Estado” del cual hablara el filósofo italiano Antonio Gramsci, se dio en Cuba a través de varios elementos² que cohesionaron el factor identidad nacional a la nueva realidad socialista. Ésta, moderada por los intelectuales orgánicos encabezada por los escritores y artistas nacionales, creó la base para implementar la nueva ideología.

Se estableció entonces una identidad Patria-Nación-Revolución muy vinculada al contenido antiimperialista y latinoamericanista que resultara una muestra muy próxima a un socialismo también nacional y no foráneo como aquel del cual se hablaba a raíz de la Guerra Fría. Con la intención de que el

¹ Díaz Castañón, María del Pilar. *Ideología y Revolución Cuba, 1959-1962*. Editorial de Ciencias Sociales, La Habana, 2004, p. 122.

² En Cuba Fidel pronunció su famoso discurso *Palabra a los Intelectuales* que pretendía eliminar desde la cultura artística cualquier manifestación de la ideología anterior, además de crear luego la UNEAC y otros espacios que ayudaran a configurar el nuevo orden social.

pueblo entendiera la dimensión de este status, Fidel, en el 8vo. aniversario del 26 de julio pronunció:

Es preciso que el pueblo comprenda el Socialismo, que el pueblo sepa qué es el Socialismo y que el pueblo sepa cómo se llega al Socialismo, sociedad en que la explotación del hombre habrá desaparecido por completo, y que al desaparecer la explotación de una clase por otra entonces sí llegaremos a un régimen de verdadera justicia y de verdadera igualdad entre los hombres, sin clases explotadoras y sin clases explotadas.³

Y con este Socialismo no sólo se cambiaba la imagen en Cuba, sino se transformaba la del propio hombre cubano.

Empero, ¿qué ha pasado después de otros 50 años? Cuba, al igual que cualquier país, no ha escapado de la era globalizada y por tanto está inserta en un contexto que aunque excluyente a su tipo de economía, no por ello evita las consecuencias culturales que trae el mismo. Algunos estudiosos del tema han indicado que la globalización comprende un peligro al Estado-Nación, y amenaza una pérdida en la integridad de las culturas o identidades nacionales de los países cómplices. Mas Cuba no es partícipe de este sistema y sin embargo ha sido vulnerada por un discurso hegemónico, portador de una nueva ideología donde se invierten los papeles defendidos por la revolución y hace entrada triunfal un hombre muy parecido al que se intentó sustituir luego de 1959.

En la Isla, donde no puede dominar el mercado y su política, ha llegado ese discurso a través de la simbología expuesta en la moda actual. En detrimento de las guayaberas, sombreros para el cálido sol, prendas adornadas de flores y colores característicos del Caribe, o la simple sobriedad de un atuendo elegante como aquellos por los cuales se llegó a decir que el cubano era que el que mejor vestía en América, ha emergido un ropaje grotesco portador de imágenes que identifican al hombre importante como el que más dinero y cadenas tiene, y a la mujer como objeto del deseo sexual, semidesnuda y

³ Castro, Fidel: "8vo. aniversario del 26 de julio", en *Obra Revolucionaria*, no. 26, Imprenta Nacional de Cuba, La Habana, 27 de julio de 1961, Año de la Educación, p.23.

nunca exenta de artículos superficiales y de consumo. Para peor mal entra al por mayor una destacada y popular línea de artefactos con el emblema de la bandera británica, que deja ya interrogantes de si estamos ante un fenómeno de re-colonización cultural.

Desde una concepción gramsciana la hegemonía se puede entender como la capacidad de la clase dominante de obtener y mantener su poder sobre la sociedad no sólo por su control sobre los medios de producción económicos y de los instrumentos coactivos, sino sobre todo porque es capaz de producir y organizar el consenso y la dirección política, intelectual y moral de la propia sociedad. La hegemonía es para el filósofo italiano esencialmente una transformación cultural.⁴ Y eso fue lo que logró la Revolución Cubana, con su hombre nuevo pensado por Ernesto Che Guevara. Mas si eso fue llevado a cabo, ¿cómo aparecen ahora otros discursos hegemónicos que logran calar en determinados espacios de la sociedad cubana?

La hegemonía se expresa en un panorama que abarca en constante interdependencia, la sociedad política y la sociedad civil. La primera es el conjunto de organismos que ejercen una función coercitiva y de dominio directo en el campo jurídico, político y militar.⁵ Mientras la segunda está conformada por aquellos organismos privados que detentan hegemonía doctrinal o intelectual. La sociedad civil es el campo de batalla donde se difunde y luchan entre sí las ideologías, las diversas cosmovisiones, que amalgaman desde las expresiones más elementales del sentido común de la gente sencilla hasta las elaboraciones más sofisticadas e intelectuales. Las organizaciones triunfantes en esta lucha ideológica en la sociedad, las que logran apoderarse de la dirección intelectual –lo que se piensa-, y de la dirección moral –lo que se valora- de la sociedad forman parte de la superestructura, y atraen hacia el grupo dirigente la adhesión de las clases subalternas.⁶

Ahora bien, los espacios en los cuales se despliega esta lucha ideológica pueden ser la escuela, la Iglesia, los medios de comunicación social, etcétera, los cuales han sido controlados y mantienen –de forma general- una

⁴ Macías, Joseba. "Relájate y Cooperá" Sociedad Civil y Revolución Cubana (1959-2012). Tesis doctoral en documento digital.

⁵ Záenz, Alfredo. Antonio Gramsci y la revolución cultural. En: <http://www.salvador.edu.ar/juri/apuntes/>

⁶ *Ibíd.*

correspondencia con la ideología de la Revolución. Pero sin lugar a dudas es en la sociedad civil donde se ha filtrado entonces un discurso contra hegemónico que amenaza con metabolizar a una parte de la sociedad cubana. Se ha escapado por lo tanto un elemento amenazante que es portador de ideología y que paulatinamente ha ganado espacio, apostando por convertirse en una hegemonía compartida.

Portar símbolos como el dinero, las marcas o las cadenas en las prendas de vestir, no es sólo una imagen colocada sobre una indumentaria –sin adentrarnos en el tema de la estética-, pues es, ante todo, producción de ideología. En los espacios públicos se constituyen entonces escenarios de otros grupos cívicos que no sólo modelan un cartel, sino reproducen la mentalidad de lo expuesto, en las relaciones sociales cotidianas, manifestando una conducta estereotipada y foránea en sus actos diarios, o como se hacía mención anteriormente, que recuerda mucho al hombre burgués de la Cuba pre-revolucionaria.

Esto llega a preocupar aun más cuando el uso desmedido de estas prendas se convierte en moda, pues ella, como mecanismo regulador de elecciones, invade el espacio de escoger y muchas veces el artículo escoge al sujeto en vez de éste tomar la elección. Aparecen entonces respuestas como: “me gusta porque se usa”, y en el caso específico de las populares banderas británicas, si se le pregunta al individuo portador de la prenda a cual país le gustaría ir, la respuesta automática -en la mayoría interrogada- es Inglaterra. Mas ¿cuál es el peligro que encierra todo esto?

Desde lo foráneo llegan los patrones que indican qué tener, cómo vivir, cómo actuar, hasta que van moldeando un “sentido común”, que Gramsci entendió como conciencia cotidiana, espontánea del mundo popular tradicional, propia del hombre medio, que se caracteriza por “el consumo acrítico de residuos de múltiples culturas y por tanto, un instrumento de dominación para el grupo hegemónico”.⁷ Entonces, mientras una parte de la sociedad civil maneje y porte los símbolos de otra cultura, se deja entrada expedita a una contra hegemonía, que al tener la posibilidad potencial de desarrollar en la “red

⁷ Moreno Aragón, Jorge. *La Hegemonía Compartida: estrategia alternativa de consenso desde los espacios públicos para la comunicación del bien común*. Ponencia presentada en el Primer encuentro Regional Centroamericano de FELAFACS Sociedad, Democracia y Derecho a la Información.

de relaciones de fuerza”, su atributo inherente de poder, desarrolla armas para propiciar la metabolización de una sociedad. Mas, ¿cómo se instrumentan las relaciones de poder en dicha sociedad que contribuye a legitimar esa contra hegemonía?

Para Michael Foucault -filósofo francés-, el poder no es sólo aquel que se implementa desde el Estado formal, de manera global y totalizadora, sino es sobre todo, un entramado estratégico que penetra en los entresijos de las diferentes estructuras sociales para condicionar al individuo. El poder no se lleva a cabo de una forma vertical desde una pirámide estatal jerarquizada, sino se constituye a lo largo de todo el tejido social. Entonces, su modo de actuar es mediante la producción de saber, de la verdad, la organización de discursos y otros elementos que articulan la sociedad, con el fin supremo de “conducir conductas”, como aquellas estereotipadas y foráneas de las cuales se hizo mención algunas líneas más arriba.

De esta manera el poder, al ejercerse sin coacción y mediante elementos subliminales, produce subjetividades, y por tanto actúa directamente sobre el individuo, lo dirige y orienta su acción. En el caso cubano, estas subjetividades expresadas en la moda, reorientan la acción del hombre pensado en la Revolución y para la Revolución Cubana, desviándolo de los principios de igualdad social e insertándolo en la lógica del mercado capitalista, con los consecuentes comportamientos que de ella derivan. Además, no sólo el individuo portador del tipo de prenda del cual aquí se refiere, amenaza con ser metabolizado por este sistema, pues los comportamientos propiciados por ese poder, actúan sobre segundos y terceros agentes, una vez que el hombre no está solo en la sociedad y crea relaciones sociales por donde se infiltran esos mecanismos de poder.

¿Cómo se legitiman? El poder se entendió siempre como algo que se poseía, pero los teóricos que analizan estos temas y en especial Foucault, comprendió que éste es algo que se produce y ejerce. Entonces, al ejercerse, produce cosas, relaciones, formas de saber, símbolos, etcétera, y por lo tanto está inscrito en los dominios del trabajo, de la producción de significados y las prácticas simbólicas, de ahí que su mismo ejercerse constata su legitimación. Las relaciones de poder están encaminadas a la producción de un discurso que es tomado como verdadero gracias a la legitimación que el propio poder le

otorga. La verdad así producida es considerada como un objeto de difusión y consumo, sometida a una constante incitación económica y política.⁸ De ahí que la moda sea un terreno más que fértil para crear consenso y dar cabida a otras ideologías.

El peligro que corre nuestra sociedad no es aún extremo, pues las estrategias de poder actúan sobre lo social y no sobre las fuerzas de producción. Lo que sucede es que las relaciones de poder son imprescindibles para fijar a los individuos en el aparato de producción y así constituir las fuerzas de producción. Pero para que ésto suceda la hegemonía debe ser sólidamente establecida, necesitando la organicidad paralela entre sociedad civil y sociedad política, y esta última no ha sido vulnerada como la primera. Aun se dista mucho incluso de establecer una hegemonía total sobre la sociedad civil, primeramente porque la moda a la cual se hace referencia no es generalizada, aunque la mayoría la porte, y además, porque la simbología es uno de las tantas áreas por las que se puede expresar el poder. Empero ¡jojo! ya se han ido calando espacios que actúan directamente sobre los hombres, dirigiendo su comportamiento y ofreciendo tentadoramente la incorporación de otra ideología.

⁸ González Panizo, Javier: "De la coacción a la cibermasa: Relaciones de poder en la sociedad moderna" en Aparte Rei. Revista de Filosofía, [http://: www.serval.pntic.mec.es/AparteRei](http://www.serval.pntic.mec.es/AparteRei)

Conclusiones

La era de la globalización ha traído por consecuencia el esparcimiento de la ideología del mercado y ha atentado contra la identidad de las culturas nacionales. Cuba no escapa a esta oleada expansiva y es vulnerable en su sociedad civil, a través de los símbolos creados por el mercado capitalista y que se exponen hoy en la moda generalizada en nuestra sociedad.

Es a través de estos espacios que el poder logra calar en las mentalidades, una vez que sus formas de acción están veladas y se producen en la propia dinámica social, legitimándose al crear verdades para conducir conductas. Así el hombre nuevo pensado para la Revolución está siendo sometido a una constante propaganda que es portadora de un discurso hegemónico, y que engendra el peligro de una contra cultura, que asimila los modos de la ideología burguesa.

Entender las dinámicas y el funcionamiento de las relaciones de poder, expuestas en la moda cubana actual, es una manera de contrarrestar los posibles efectos de tan compleja situación. Subvertir el orden no es posible porque estas estrategias hegemónicas han actuado sólo en un espacio de la sociedad, pero alerta sobre el comportamiento de muchos cubanos de hoy que portan y asimilan nuevas ideologías, distando del hombre socialista que promulga la igualdad y la justicia social.

Bibliografía

Acanda, Jorge Luis. Sociedad civil y Hegemonía. Centro de Investigación y Desarrollo de la Cultura Cubana Juan Marinello. La Habana, 2002.

Castro, Fidel: "8vo. aniversario del 26 de julio", en Obra Revolucionaria, no. 26, Imprenta Nacional de Cuba, La Habana, 27 de julio de 1961, Año de la Educación.

Díaz Castañón, María del Pilar. Ideología y Revolución Cuba, 1959-1962. Editorial de Ciencias Sociales, La Habana, 2004.

Foucault, Michael. Microfísica del Poder. (documento digital)

González Panizo, Javier: "De la coacción a la cibermasa: Relaciones de poder en la sociedad moderna" en Aparte Rei. Revista de Filosofía, <http://www.serval.pntic.mec.es/AparteRei>

Macias, Joseba. "Relájate y Cooperera" Sociedad Civil y Revolución Cubana (1959-2012). Tesis doctoral en documento digital.

Moreno Aragón, Jorge. La Hegemonía Compartida: estrategia alternativa de consenso desde los espacios públicos para la comunicación del bien común. Ponencia presentada en el Primer encuentro Regional Centroamericano de FELAFACS Sociedad, Democracia y Derecho a la Información.

Záenz, Alfredo. Antonio Gramsci y la revolución cultural. En: <http://www.salvador.edu.ar/juri/apuntes/>

