

Acerca de la llamada "Cultura Huachaca"

El título suena a humorístico, pero el ensayo sociológico que ausculta los efectos de esa nueva "cultura" popular que es la televisión —en relación a otros medios de comunicación— es un serio estudio sociológico realizado por el escritor e investigador Pablo Huneus: "La cultura Huachaca o el Aporte de la Televisión". Editora Nueva Generación, 1ª Edición 1981; 2ª Edición, 1982, Santiago de Chile, 160 páginas.

Antes de analizar directamente el fenómeno de la TV, el autor entrega un capítulo importante, "La dinámica cultural al llegar la televisión" y que recomendamos al lector no saltárselo: es fuerte la tentación de precipitarse a la

dura y acertada autopsia que Huneus hace a este medio alienante manipulado por la publicidad.

En pocos lugares del mundo se han presentado enfrentamientos de verdaderas cultura. Por lo común, una muy fuerte se ha impuesto a otra débil, o simplemente, se ha extendido a la de Occidente sin oposición alguna, como ocurrió en los Estados Unidos, donde los peregrinos fundadores traían su religión y no pretendieron imponérsela a los pieles rojas. En Hispanoamérica, existían fuertes culturas como la andina, la mexicana o asteca, la de Yucatán o la maya, según ha señalado muy bien Toynbee. Los españoles

encontraron mentalidades firmemente enraizadas que no tuvieron el menor interés en dejarse llevar por costumbres, religiones, culturas de quienes invadían sus territorios. El proceso "civilizador" del español fue bestial y feroz: usaron a los indios como bestias de carga, los mutilaron y mataron, violaron a sus mujeres y destruyeron sus sembrados. (Testimonio de Hernán de Santillán).

En los últimos años, lo que llega es la "tecnología". La TV es representante de esta fría tecnología llena de imperativos económicos, donde no existe el arte por el arte. La TV entrega una "cultura dirigida" para señoras, empleadas y niños

durante el día, en los hogares. No es para los que trabajan en oficios o altos menesteres: tan sólo los fines de semana. Se dirá que la TV es algo que se regala y, por tanto, mal se le puede exigir; no hay tal. La TV es fruto de una "torta publicitaria", que proviene de los recargos a los bienes de consumo que utilizan todas las personas y pagan todas las personas vean o no vean televisión. Un individuo puede publicar sólo un libro (medio de comunicación y de cultura); pero la TV es producto de un enorme y costoso equipo: el más caro de todos. Se hacen encuestas para conocer la opinión de los televidentes; pero sólo en aspectos que interesa a un programa determinado o animador; pero no interesan las opiniones negativas de los telespectadores. Las encuestas las hacen otros medios de difusión; pero la TV no hace caso de ellas.

Acerca de la llamada "Cultura Huachaca". [artículo]

Libros y documentos

FECHA DE PUBLICACIÓN

1982

FORMATO

Artículo

DATOS DE PUBLICACIÓN

Acerca de la llamada "Cultura Huachaca". [artículo]

FUENTE DE INFORMACIÓN

[Biblioteca Nacional Digital](#)

INSTITUCIÓN

[Biblioteca Nacional](#)

UBICACIÓN

Avenida Libertador Bernardo O'Higgins 651, Santiago, Región Metropolitana, Chile