

Apuntes sobre identidad americana

Vicente Manzano - 2005

El efecto Lutero

Año 1517. Los monjes y enviados de Roma pasean por Europa, vendiendo certificados e indulgencias a buen precio. Quienes compraban esos productos, ganaban el cielo. Algunos dubitativos fueron a consultar con el profesor Martín Lutero, de la Universidad de Wittenberg. El erudito escribió en un cartel noventa y cinco tesis que argumentaban la falsedad de tales certificados. Era el 31 de octubre. Algo estaba cambiando.

Y cambió.

Las tesis de Lutero se propagaron. Las gentes las adoptaron. Un nuevo credo se extendía por Europa. Roma temblaba.

¿Es ésta la historia? Tal vez, en parte sí. No se puede negar la importancia de la fe, ni las intenciones de un pueblo liberado del yugo romano, que podía vérselas con dios sin intermediarios. Pero hoy el profesor de Wittenberg sería un desconocido o, a lo sumo, una anécdota escondida en alguna biblioteca, si no interviniera la economía. La nobleza vio una oportunidad para librarse de mantener la estructura de la iglesia y de ver cómo los impuestos que sufragaban las cruzadas se iban de sus tierras en dirección a Roma. Si es posible hablar con dios directamente, si ningún sacerdote está elegido por el señor sino que toda persona puede ser pastor del rebaño humano, el poder divino no se encuentra tras el poder de la iglesia. Los aristócratas se habían liberado y apoyaron con profunda convicción (¿religiosa?) el luteranismo. Y sucedió lo que la historia muestra que siempre sucede. El movimiento luterano se expande. Los nobles y el pueblo lo acogen. Un fervor recorre Alemania. Los campesinos del sur ven en las palabras de Lutero su emancipación. Pero eso ya es demasiado. Los liberadores del yugo de Roma viajan al sur. Los campesinos son ajusticiados. Un mar de sangre muestra que la versión oficial es sagrada.

El efecto Lutero se encuentra tras las revoluciones y los cambios. Para ello es necesaria la existencia de tres elementos. Por un lado, el líder, el iluminado, el elegido. Generalmente es un intelectual, un ilustrado. Es capaz de organizar las ideas, ver lo mismo pero con otros ojos. Por otro lado, es necesaria una masa de personas en toda la extensión del término, una comunidad sensible a las nuevas ideas, capaces de moverse por ellas o por los recursos que las acompañan. Por último, es necesario el poder, la aristocracia, la clase política, la nobleza, la iglesia, la alta empresa... Las revoluciones y los cambios terminan teniendo éxito porque quienes ostentan parte del poder (de ese poder secundario, alternativo, que no se encuentra en la cúspide del momento, sino que espera agazapado la oportunidad para ocupar el sillón) se ponen manos a la obra y suministran los recursos materiales e incluso persuasivos (como los medios de comunicación hoy en día) para que las nuevas ideas se propaguen y sean aceptadas por la masa.

La constitución, la revolución, la explosión

La historia de la humanidad ha conocido continuos movimientos de péndulo entre la dignidad humana y la esclavitud. Ambos extremos han existido siempre y tenemos memoria histórica de pensadores que han defendido en todo momento los valores del respeto, del amor, de la libertad, de la justicia... Cuando coinciden algunos pensadores con algunas oportunidades históricas, algo tiene lugar.

Una oportunidad tuvo lugar en norteamérica a finales del siglo XVIII. Los colonos se levantaron contra Inglaterra y tras declarar su independencia en 1776, regalaron al mundo una bella constitución, rebosante de buenas declaraciones, basadas en buena parte en la dignidad humana. El hecho ha tenido profundas repercusiones y mueve a interminables reflexiones.

La declaración estadounidense inspiró en parte la revolución francesa y su famosa declaración de los derechos de hombre. La revolución francesa goza de una imagen romántica, de una huella de victoria del pueblo sobre los tiranos, envuelta en un gigantesco mar de sangre. La revolución francesa es también un ejemplo vivo del efecto Lutero: el pueblo se levantó, siguió las tesis de los liberadores ilustrados y después fue ahogado por aquéllos. Existen, de hecho, muchas similitudes, pero sobre todo, muchas diferencias entre la revolución francesa y la emancipación estadounidense.

En la independencia de 1776, los colonos partían del vacío. Habían exterminado prácticamente la autoridad previa. Eran nuevos y todo era nuevo. Carecían de historia. No había opresor conviviendo con ellos, sino enviados llegados desde el lejano confín del poder inglés. Era fácil sufrir una borrachera de trascendencia histórica, de exaltación de la libertad, al ser dueños de su territorio. La burguesía ocupaba el poder fáctico, no la nobleza. Los colonos no pasaban hambre, pero no tenían la libertad de movimientos que ansiaban y que les permitiría multiplicar su poder. Cuando tiene lugar la guerra de la independencia, los estadounidenses son agentes activos del sistema industrial, se hacen a sí mismos y hacen al país en el contexto de la sociedad mercantil.

En la Francia de 1789, el pueblo vivía con el opresor. El pueblo padecía. Tenía hambre. Existía una conciencia histórica, un ambiente nacional, unas estructuras antiguas y férreas. El poder estaba en la nobleza y la realeza. Una burguesía efectiva se encontraba ahogada en ese corsé. Los ilustrados dudaban de todo y destrozaron cualquier argumento en favor de lo establecido. Las justificaciones estaban escritas. El pueblo quería subsistir. Los burgueses querían el poder. Todo apuntaba a la revolución.

Tras la revolución, los franceses se sentían más franceses. Tras la independencia, los estadounidenses comenzaron a construir su identidad. Antes no eran nadie. Después se descubrieron como emancipadores. Se habían librado del yugo inglés mostrando al mundo una declaración digna y ejemplar. El efecto Lutero estaba servido: llevaremos la emancipación al mundo, mientras extendemos nuestro poder mercantil, pero la emancipación será a nuestro modo, la versión oficial es sagrada. Todavía hoy, parte de los teóricos de la identidad estadounidense enarbolan esta bandera: somos los mejores, pero nos estamos equivocando en el modo en que llevamos la democracia y la libertad a las regiones oprimidas del mundo; tenemos que dejarles crecer a su ritmo.

Democracia y sistema de mercado

La ética, mucho antes de recibir ese nombre, ha sido siempre un motivo de discusión y sus efectos se han sentido en el devenir histórico. El debate entre el Bien y el Mal, entre lo que es bueno para la gente y lo que no, es un asunto atractivo y presente en todos los movimientos filosóficos desde que se tienen noticias de textos.

¿Quién es quién para decirme lo que está bien y lo que está mal? ¿Quién puede erigirse en dueño y señor de mi forma de vida? ¿Quién puede obligarme a hacer lo que cree que más me conviene? A pesar de las épocas oscuras que ha atravesado la humanidad, la conciencia de la identidad individual y de la capacidad para elegir ha entorpecido todos los planes de someter a los pueblos a una única versión de moral.

Los movimientos religiosos, las monarquías absolutas, los estados totalitarios han contado con sus recursos para sustituir la razón por la fe en los postulados que defienden y que suponen la anulación del individuo. En las religiones más extendidas, las personas se confiesan insignificantes e irrelevantes, es su dios quien les da sentido y quien se lo puede quitar. En los estados totalitarios, las personas son piezas que puede organizar el poder absoluto, que necesita la fe de la población para erigirse como la única capacidad de organización, de pensar la sociedad.

En esa situación de anulación de los individuos y de sustitución de su propia voluntad por la de un dios o un estado, aparecen los principios manifiestos del sistema de mercado. Allanado el camino por el humanismo renacentista (que señalaba a cada individuo como un ser con trascendencia y sentido completo) y por el protestantismo (que permitía a cada individuo quedar con dios por sus propios medios y que emancipaba a partir del trabajo), el capitalismo se fue expandiendo. El espíritu racionalista y positivista del siglo XVIII termina dando al sistema de mercado las herramientas argumentales. Entre todos, se construye la nueva lógica:

En un momento determinado, la sociedad se encuentra en un estado de satisfacción A. Dos personas se encuentran. Cada una posee sus propios bienes, en especie o en moneda. Ambas acuerdan un intercambio. El intercambio es libre y voluntario. Nadie obliga a nadie a hacer nada. Y el intercambio es ventajoso para ambas partes: deciden hacerlo porque valoran más lo que consiguen que lo que pierden. Tras esta operación, la sociedad se encuentra en una situación de satisfacción $A+k$, donde k es una cantidad positiva.

Esta lógica parece impecable. Si se deja libres a los individuos, no sólo éstos conseguirán el bien propio, sino que incrementarán el bien común. Es la autorregulación del sistema de mercado, es la mano invisible de Adam Smith. La teoría es atractiva y los primeros efectos innegables: la sociedad industrial, basada en el egoísmo de los empresarios para hacerse ricos y el egoísmo de los trabajadores para conseguir mediante su jornada los bienes de consumo, da frutos como lo es el aumento de las posesiones. El ímpetu industrial estadounidense y la defensa de la libertad y dignidad humanas se asocian ya en esos momentos y la revolución francesa incluso resalta el derecho a la propiedad (sin la cual los intercambios voluntarios son imposibles) como un derecho irrenunciable a todo individuo. El conde de Saint-Simon, a inicios del XIX llega incluso a sugerir que legisladores y metafísicos abandonen el parlamento francés de la revolución para dar paso a los industriales (banqueros, fabricantes, comerciantes y agricultores propietarios), que son los que realmente deben gobernar Francia.

El positivismo, ligado al auge de las matemáticas y la física, consigue medir todo con cantidades numéricas. El valor es el precio y éste se mide con unidades básicas

monetarias. El estado de satisfacción de la sociedad también es objeto de mediciones basadas en números y se crean expresiones como “generación de riqueza”, “crecimiento económico”, “producto interior bruto”, etc... que todavía hoy protagonizan la gestión política.

Con independencia de los efectos negativos que, junto con los positivos, pueden caracterizar al sistema de mercado, la lógica anterior está basada en la libertad de los individuos, en el ejercicio de su voluntad individual y en el protagonismo de la ambición personal como motor de progreso social. Desde este momento, la libertad de los individuos ya no sólo es un argumento propio de la ética y los modelos de dignidad humana, es un elemento de interés para la expansión del sistema de mercado. Ante la confusión de ambas motivaciones, el efecto Lutero está servido.

Liberalismo y feudalismo en EEUU

El nacimiento de EEUU como nación está marcado por la coexistencia de dos lógicas sociales y económicas muy dispares. El Norte crece según el sistema industrial. Necesita individuos libres que realicen voluntariamente los intercambios que mantienen al sistema, necesita la libre expresión de la ambición personal y el incentivo de las posesiones. Ya el ejercicio de llegar como colonos y apropiarse de los territorios es un antecedente de prosperidad ejemplar. El ciclo de producción y consumo es el motor de progreso. La libertad de los individuos como herramienta fundamental del sistema de mercado, sin ataduras estatales que lo coarten es lo que da origen a una nueva ideología: el liberalismo, que hunde sus raíces en esos momentos.

Mientras, el Sur ha crecido con una lógica mixta muy similar al feudalismo. Los antiguos siervos son ahora los nuevos esclavos, mayoritariamente negros traídos de África, insertos también en un lucrativo negocio de compra y venta de personas. La generación de riqueza en el sur depende tanto del sistema industrial como de la posesión medieval de bienes y personas.

Norte y Sur chocan. Los libros de historia muestran la motivación que seguro existió: la abolición de la esclavitud. Pero es hartamente insuficiente para explicar los acontecimientos. De hecho, muchos obreros del Norte vivían en condiciones que nada tenían que envidiar con respecto a los esclavos del Sur, sometidos a los efectos negativos de todo sistema (véanse, por ejemplo, las condiciones deplorables en que fueron construidos miles de kilómetros de ferrocarril). Como ocurrió siglos atrás y siguió ocurriendo siglos después, la población que enarboló la bandera de la libertad y la emancipación para reivindicar sus derechos, pero en contraposición a la versión oficial, conoció la represión sangrienta, como las abundantes revueltas obreras, incluyendo el asesinato en fábricas o la famosa escena de la incineración de cientos de mujeres vivas en los telares. El triunfo del Norte en 1865 abrió una expansión mercantilista que aún hoy continúa.

Pero la versión más dignificante de la historia apunta hacia el papel decisivo del pueblo estadounidense en la humanidad. En su seno tuvo lugar una de las más bellas declaraciones de independencia, fruto del ansia emancipadora de su pueblo. En su seno se libró una batalla interna entre el bien y el mal (léase la libertad o la esclavitud) que, a modo de psicoanálisis nacional, libró al país del lastre feudal y lo abrió al mundo como la viva esperanza de una sociedad hecha a sí misma a través del trabajo y de la libertad individual.

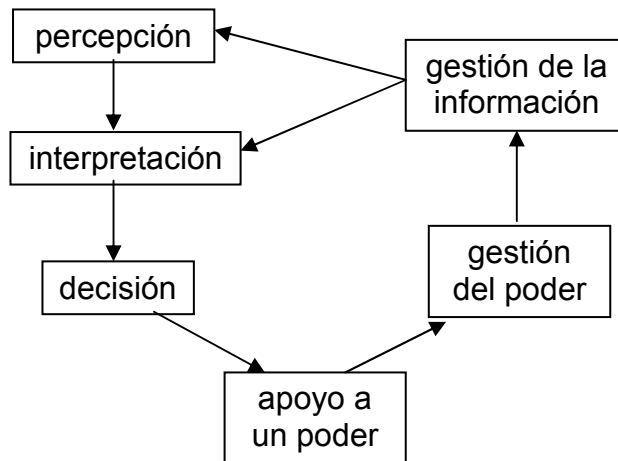
Soluciones impecables

Buena parte de la lógica del feudalismo se basaba en la coacción. El comportamiento de los siervos estaba mediatizado por la obediencia sin fisuras a la figura del noble, a quien mantenían literalmente a cambio de una doble seguridad: la de protección frente al peligro exterior y la del mantenimiento de un orden interior. Ambas versiones han coexistido hasta hoy, momento en que han vuelto a conocer un curioso auge.

En contraposición, una sociedad construida en torno a la libertad de los individuos no puede utilizar la coacción salvo en casos de indudable necesidad (como es la violación de los principios del sistema de mercado, tal como el intercambio forzado o la apropiación indebida). Sin embargo, el deseo de controlar el comportamiento de los demás no desaparece, cambia de procedimiento.

El intercambio necesita que las personas tomen las decisiones según su propia voluntad. No puedo obligar a la otra parte a decidir libremente que escoja lo que yo le ofrezco. Pero puedo utilizar la persuasión. En otros términos, con los argumentos oportunos tal vez sea posible que las personas se comporten como deseo y lo hagan voluntariamente. Lo que es válido para las operaciones de intercambio lo es también para el sistema de mercado en su conjunto y para el mantenimiento del Estado. Todos los sistemas tienden a frenar las resistencias que se elaboran en su contra. La versión del sistema de mercado es la persuasión, que alcanza sus cotas máximas en la publicidad, la propaganda y el refuerzo social a través de la intervención en los valores.

En la Edad Media, el noble o el rey llevaban a su población a la guerra sin necesidad de argumentos. La decisión correspondía únicamente al señor feudal. En la época de la democracia, del sistema de mercado, de la libertad individual, los gobiernos necesitan el apoyo de sus poblaciones para ser elegidos, para tomar decisiones; los productores requieren ser elegidos por los consumidores. El positivismo se retira y aparece la psicología y la ciencia de manejar las percepciones colectivas e individuales. Coexisten los objetivos de tomar las decisiones que desea el pueblo, con el de conseguir que el pueblo desee las decisiones ya tomadas. Así, la historia reciente está llena de episodios donde los gobiernos de designación popular entran en guerra con otros países a partir de estrategias de persuasión que hacen sentir a sus pueblos que están siendo agredidos, que existe algo más que un peligro exterior y que la única solución es el enfrentamiento armado. El mando nazi ordena asesinar a sus soldados de la frontera polaca para culpar a Polonia e invadirla en 1939. Antes, en 1898, EEUU declara la guerra a España con un motivo similar: el hundimiento del crucero Maine en La Habana. Para participar en la I GM, el gobierno de EEUU crea una comisión que en seis meses consigue (trucando fotos, por ejemplo) que el pueblo odie a los alemanes y pida entrar en guerra, en uno de los episodios más citados de la teoría y práctica de la persuasión. Todavía hoy, las estrategias persuasivas (altamente infructuosas, por varios motivos) de los gobiernos de EEUU, Reino Unido y España para justificar la invasión de Irak (2003) son noticia. El ejemplo de la guerra es paradigmático: las poblaciones, por lo general, no son agresivas y ansían vivir en paz; por ello, los gobiernos democráticos han de invertir grandes esfuerzos en persuasión para conseguir el apoyo suficiente de los electores como para realizar las acciones belicosas sin perder el poder. La siguiente representación gráfica intenta explicar este proceso: las decisiones y la conciencia de los hechos dependen de la información que se recibe. Actuar sobre ésta permite cerrar el ciclo. Mantenerse en el poder permite cerrar el ciclo.



La efectividad de la persuasión se basa en la construcción de actitudes a partir de percepciones e interpretaciones. Las personas toman decisiones a partir de la imagen que tienen del mundo en confrontación con sus capacidades, prioridades y escalas de valores. Afectando el sistema cultural, interviniendo en las percepciones y facilitando interpretaciones sesgadas, cualquier estamento con acceso a los medios puede orientar las actitudes de la población (con mayor o menor éxito, en función de múltiples factores). El esquema anterior intenta representar el ciclo que se crea con tales actuaciones.

Identidad

La identidad del pueblo estadounidense es, en definitiva, una pieza capital para entender la relación de EEUU con el resto del mundo, su política exterior y, a la vez, la interior. El fundamento es la profunda conciencia de que constituyen un ejemplo de evolución, un pueblo que se alzó desde la nada y construyó una sociedad basada en las libertades individuales y en el progreso social digno a partir de aquéllas, además del respeto a la ley. Es fácil henchirse de orgullo histórico con estos motivos. Y es fácil convencerse de poseer una misión trascendente en el mundo.

Todas las culturas tienden a concebirse superior al resto. Es el mejor mecanismo que poseen para permanecer y seguir siendo utilizadas como base en los procesos de socialización. La “cultura estadounidense” no sólo es una excepción, sino una exageración de este proceso, que impregna expresiones como, por ejemplo, “el modo de vida americano”.

El mecanismo del mercado tiene múltiples inconvenientes. Un análisis del momento actual muestra que las predicciones de Adam Smith no eran correctas, a pesar de poseer una mente brillante capaz de pensar la complejidad del momento. La lógica del mercado es autoincompatible. Se basa en la libertad individual, en la posesión y en la competencia. Pero las empresas deben superar la competencia para sobrevivir y lo hacen fusionándose, destrozándose y engulléndose. Necesitan el favor de los consumidores y éstos son objeto fácil de la persuasión. La libertad se reduce a la versión de escoger entre las alternativas que se forman fuera del individuo que decide. Y la posesión se aglutina cada vez en menos manos. Los individuos con pocas o ningunas posesiones quedan excluidos del sistema de mercado que, dado su avanzada extensión, es sinónimo de quedar excluidos de la sociedad. Sin embargo, a pesar de estos inconvenientes, el sistema es muy atractivo, puesto que lo son la libertad individual y la

posesión. La ambición es fácil de incentivar y así se encuentra plenamente inserta en la “cultura liberal” de la que hace tanta gala EEUU.

El poder de EEUU para gestionar el mercado global y la confusión de éste con la sociedad en sí, ha propiciado la extensión cultural del modo de ver el mundo de la “cultura liberal”. El cine de Hollywood y la uniformidad en las intenciones de los gobiernos del planeta (llegar a ser como EEUU) han propiciado una situación en donde incluso fuera de las fronteras de EEUU, su identidad se reconoce como ejemplar y es ansiada.

No ocurre así en los países más pobres del planeta, cuya miseria es un efecto necesario del sistema global, como resultado de ese crecimiento exponencial en la acumulación de posesiones hacia la que deriva el funcionamiento global de mercado. La identidad estadounidense, para los millones de personas que habitan estas zonas, no es sinónimo de ejemplo a seguir, sino de situación a evitar. La admiración pasa a un segundo plano frente al odio, el temor o la amenaza. La actuación exterior de EEUU, encaminada públicamente a transformar el mundo en un lugar seguro, de libertades, democracia y mercado, está abundando exactamente en lo contrario. Hinchidos del bastón de mando para liderar el planeta, el pueblo se siente responsable de defenderse en un entorno hostil, porque está subdesarrollado y les envidian y les odian y no saben cómo llegar a la situación idílica a la que EEUU ha llegado. Aunque los intereses del gobierno estadounidense sean muy diferentes a esa propagación bienintencionada, la persuasión hace el resto, consigue el efecto gracias a realizarse en el contexto social que más ha abusado de los medios persuasivos, que más investiga y aplica todo lo relacionado con ello. El poder persuasivo es tan efectivo que las profundas desigualdades que existen en EEUU no afloran en los medios de comunicación (y, por tanto, en las conciencias de los ciudadanos-consumidores-teleespectadores). EEUU tiene, por ejemplo, mayor tasa de asesinatos, mayor tasa de mortalidad infantil y menor esperanza de vida que España, mayores desigualdades y mayor tasa de personas bajo el umbral de pobreza. Pero, eso sí, una renta per cápita sensiblemente mayor que la española. No obstante, si preguntáramos en España, buena parte de la población estaría tentada a acercarse al modelo estadounidense, ya que se recibe con ánimo positivo las noticias sobre el crecimiento de la economía, si bien en el modelo actual viene siempre acompañado de un aumento paralelo en la desigualdad y las tasas de pobreza (también en España).

En definitiva, pues, la identidad estadounidense, muy bien definida desde la excepcionalidad y la misión apostólica, es la herramienta, el instrumento que es utilizado por sus líderes para contar con el beneplácito popular suficiente y seguir con la intención de transformar el mundo no en una democracia o en un espacio de libertades, sino en un gran mercado.