

KONSUM ELLER KUNNSKAP

To alternative strategier i søken etter prestisje i en venezuelansk kontekst



Hovedfagsavhandling – Institutt for sosialantropologi – Universitetet i Bergen – Høsten 2002

av

Henning Norheim

Takk til...

Jeg vil rette en stor takk til alle som har støttet og motivert meg i forbindelse med gjennomføringen av denne avhandlingen.

Henning Norheim

Bergen, November 2002

Til Nina

Takk til... _____	2
Kart _____	5
KAPITTEL 1: INTRODUKSJON _____	6
Bakgrunn _____	9
Sentrale trekk ved den etnografiske regionen _____	10
Venezuelas historie og politikk _____	12
Kolonialisering _____	12
Frigjøring og selvstendighet _____	13
Oljens betydning og Gomez' diktatur _____	13
Politikk i et falmende demokrati _____	14
Nasjonalisme og kolonial fortid _____	15
Simon Bolivar som en mytisk figur i nasjonalistisk tenking _____	19
Forestilte fellesskap _____	20
Craze for foreign _____	22
Kapitteloversikt _____	23
KAPITTEL 2: PRESENTASJON AV MÉRIDA SAMT METODISKE REFLEKSJONER _____	25
Samhandlingsarenaer i Mérida _____	26
Café Rodos _____	27
Plaza Bolivar _____	29
Alfredos _____	30
Sentrale informanter _____	30
<i>Los intelectuales</i> _____	31
"De unge moteløvene" _____	33
Posisjonering _____	34
KAPITTEL 3: KONSUM OG DRØMMEN OM LYKKE _____	37
Konsum og sosial mobilitet _____	39
Søken etter "det gode liv" _____	41
Como viene la suerte? _____	42
<i>Pozo de la fortuna</i> _____	44
Konsum som ønske om sosial transformering _____	47
Fin bil – lykkelig mann _____	48
Drømmen om lykken _____	52
Sanksjoner mot dem som mislykkes i søken etter lykken _____	52
Oppsummering _____	54

KAPITTEL 4: ORDINARIO O RECONOCIDO	56
Identitetskonstruksjon og livsstil	57
Globalisering, modernitet og ”det moderne”	59
Varens sosiale mening	61
Å beherske moderne stiltyper i Mérida	66
Calidad nacional o calidad de importación	70
Et vakkert ytre	72
”Det gode liv” - livet utenlands?	73
Caza gringos	79
Oppsummering	83
KAPITTEL 5: LOS INTELLECTUALES	85
Kaféen som møteplass	86
Los intelectuales som en empirisk kategori	88
Jobb og fritid	90
Los intelectuales og formelt utdannede akademikere	91
Fra intellektuell til klovn	91
Hva ønsker aktørene å gi uttrykk for?	94
Kunnskap som identitetsmarkør	97
Hvordan kle seg som <i>intelectual</i>	100
Konsum av kunnskap	101
Oppsummering	104
KAPITTEL 6: Å SKAPE SIN EGEN IDENTITET I MÉRIDA	107
Drømmer og selvpresentasjoner	112
Komparativ analyse av to stiltyper	113
Modernitet og dens uoppnåelige idealer	115
Avslutning	116
EPILOG	118
ORDLISTE	119
REFERANSER	121
ANDRE KILDER	124

Kart



Kart over Venezuela (<http://www.britannica.com>)

Kapittel 1:

INTRODUKSJON

Hovedtema for denne avhandlingen er konsum, identitet og selvpresentasjoner i Mérida, Venezuela. Avhandlingen bygger på to feltarbeid i Mérida, først et lengre opphold i 1997-98, deretter et kortere opphold i 1999. Jeg fokuserer hovedsakelig på strategier og prestisjefaktorer knyttet til det å konsumere, og det å presentere seg selv som intellektuell. Jeg ønsker med dette å få frem ulike aspekter ved selvpresentasjon gjennom å vise hvilke goder man konsumerer eller avstår fra å konsumere. I tillegg ser jeg på hvilke strategier som blir tatt i bruk for å konstruere og kommunisere identitet. Jeg fokuserer på to ulike grupper som kan sies å ha to ulike stiltyper. Stiltype henspeiler på måter av selvpresentasjoner som det er viktig for aktører å beherske på bestemte samhandlingsarenaer. Den ene stiltypen karakteriseres av identitetshåndtering gjennom moteriktige klær mens den andre stiltypen knytter identitet og prestisje opp mot kunnskap. Det å være intellektuell blir en kilde til dannelse av identitet og rangering i det lokale miljøet. Jeg ser begge stiltypene som uttrykk, og et ønske, om å kontrollere det inntrykk man gir til andre for å oppnå høyere prestisje, eller for å vedlikeholde sin prestisje i lokalmiljøet. Dette ser jeg også som forsøk, og ønsker, om å styre lykken. De fleste informantene mine er enten unge gutter eller voksne menn med relativt lik økonomisk bakgrunn. Samtlige klassifiserte seg selv som tilhørende den lokale middelklasse kategorien *la clase media baja* (lavere middelklasse).

Jeg vil i denne avhandlingen ta for meg ulike prosesser der aktøren aktivt forsøker å endre eller vedlikeholde sin sosiale posisjon i det lokale nærmiljøet. Jeg vil se på hvordan posisjoner endrer seg for enkeltpersoner i ulike sammenhenger etter hvilke mennesker aktøren samhandler med. Her vil jeg også komme inn på hvilke valg og strategier som tas i bruk for å kontrollere ens egen livssituasjon. Hvordan lykkes eller mislykkes aktører i ulike samhandlingsarenaer i søken etter å endre eller vedlikeholde sine posisjoner? Henger dette sammen med hva de konsumerer og på hvilken måte aktørene konsumerer de godene de gjør, eller lar være å gjøre det? Utfallet av aktørers handlinger kan være en kilde til rangering. Jeg vil ta for meg ulike måter å presentere én selv på som gir positive tilbakemeldinger i visse

sammenhenger. Jeg vil vise hvordan selvpresentasjoner kan kobles opp mot et ønske om økt prestisje i lokalmiljøet, noe som igjen henger sammen med et ønske om økt sosial mobilitet og søken etter lykke?

Søken etter lykke, som noe som ligger utenfor den hverdagen man lever i, er et sentralt aspekt gjennom hele avhandlingen. Jeg tar utgangspunkt i tre ulike idéer om hvordan lykken kan oppstå. (1) Den første idéen går ut på at lykken eksisterer et annet sted, da helst i Europa eller USA, steder som representerer en større materiell rikdom og løsriving fra tradisjonelle bånd. Løsriving fra tradisjonelle bånd er for den moderne venezuelaner knyttet opp mot det å realisere sin egen versjon av den amerikanske drøm. Den amerikanske drømmen ser jeg i betydningen av å være "sin egen lykkes smed", noe som innebærer å kunne eie og forbruke mer basert på egeninnsats; jo hardere man jobber dess større suksess oppnår man. Jeg ser tilknytningsprosesser opp mot USA og Europa i sammenheng med versjoner av moderniseringsprosesser. Økt industrialisering og større kommunikasjon er, i følge Giddens (1991) et viktig tegn på modernisering og som kjent har både USA og Europa kommet lengre i denne prosessen enn resten av verden. Slik blir også (2) lykke ofte kommunisert i form av det å ha større økonomisk kapital. Utgangspunktet er også her drømmen om å kunne forbruke mer, både for å vise seg for andre og fordi produktets symbolverdi kan gi en følelse av lykke. (3) Lykkeaspektet kan like fullt kommuniseres gjennom ønsker om høyere anseelse i lokalmiljøet. Felles for denne søken etter lykke er ikke kun personlig lykke men retter seg også mot samhandling og positive tilbakemeldinger. Det kunne være nærliggende å kalle unge konsumenter for hedonister, som jakter på sin egen nytelse og som tror at den gode følelsen finnes i en personlig lykkefølelse. Imidlertid vil jeg gjennom avhandlingen hevde at det å konsumere eller la være å konsumere er mer komplisert enn kun ønske om personlig lykke. Jeg hevder at det sosiale aspektet ved konsum slik som symbolverdien av konsum, synes å være viktigere enn ønsket om personlige lykke gjennom kjøp og bruk produkter. For å vise dette fokuserer jeg på konsum i en sosial arena hvor konsum blir fortolket gjennom hva aktører ønsker å vise at de konsumerer, eller gjennom det at de lar være å konsumere.

Forholdet mellom typer av kollektive forestillinger og den individuelle forståelsen og tilpasningen til disse, blir viktig gjennom denne avhandlingen. Jenkins (1994) tar opp forholdet mellom individet og kollektivet når han drøfter identitetsbegrepet som analyseredskap. Han drøfter begrepet sosial identitet versus individuell identitet og mener at disse må forstås i forhold til hverandre fordi den ene vil være relatert til den andre ettersom all

identitet er sosial. Jenkins mener at det som skiller begrepene sosial og personlig/individuell identitet er at begrepet individuell identitet peker mot og vektlegger ulikheten, mens kollektiv eller sosial identitet peker mot likhet. Jeg fokuserer min analyse på aktørers investering i posisjoner og på deres ønsker om ”å være noe” (Moore 1994). Jeg vil vise at til tross for mine informanternes økonomiske begrensninger bruker de store ressurser¹ på å skape seg en bestemt identitet. Jenkins sier videre at identitet handler om mening og at mening ikke finnes i ting eller ord, men oppstår ut i fra enighet og uenighet som det til en viss grad kan forhandles om (Jenkins 1994). Prosessen for å skape en sosial identitet er knyttet til en fasade som Goffman beskriver som ”(...) den del av en persons opptreden som stadig fremtrer på en generell og fastlagt måte, med henblikk på å definere situasjonen for dem som iakttar opptredenen” (Goffman 1992:27 [1959]). Fasaden fungerer som standard for hvilke typer av opptredener som er gangbare på ulike arenaer. For å analysere disse prosessene bruker jeg Goffmans dramaturgiske begrepsapparat ”frontstage” og ”backstage” og legger stor vekt på aktørenes selvpresentasjoner. Hvordan de selv ønsker å bestyre de inntrykk de gir på en måte som er positiv for dem selv. Det uttalte ønsket blant mine informanter er å få høyre anseelse og å klatre på en lokal rangstige som henger sammen med lokale klassekategorier.

Jeg bruker de lokale klassekategoriene i Mérida, som er folkelige modeller av Marx sine begreper om klasse. De lokale klassekategoriene som brukes er *clasa alta*, *clasa media*, og *clasa baja* (overklassen, middelklassen og underklassen)². Disse lokale distinksjonene refererer stort sett til inntekt og bosted, men utdanning kan også bety noe for inndelingen i klasser. Jeg velger å bruke denne tilnærmingen til klasse fordi mine informanter kategoriserer seg selv slik. Mérida hevdes å ha et mindre økonomisk klasseskille enn hva som er tilfellet i mange andre byer i Venezuela (Hellinger 1991). Det betyr ikke at det er lite klasseskille, men at det finnes færre fattige og mindre slum enn hva som er tilfellet i for eksempel Caracas og Maracaibo. Det økonomiske klasseskillet er også i Mérida på mange måter brutalt. Det finnes en egen ”country club” som er en fritidsklubb for en rik elite som verken jeg eller mine informanter hadde adgang til å besøke. For å komme inn der måtte man betale en skyhøy medlemsavgift og deretter var alle fasilitetene gratis. Terskelen for å endre sin klasses tilhørighet er enorm. Å få tilgang til en ”country club” ses på som en umulig oppgave for mine informanter. Likevel ble forskjeller skapt både i og utenfor den økonomiske sfære

¹ Ressurser bruker jeg her i betydningen tid og penger.

² Jeg bruker også den lokale inndelingen av venezuelansk middelklasse er (*media baja*, *media*, *media alta*) lavere-, middels- og øvre middelklasse.

gjennom ulike måter håndtere stil på, både i forhold til måter å te seg på og til det å håndtere smak. Således er ikke mitt fokus på hvordan folk forsøker å endre sin klassetilhørighet men på strategier for å øke eller vedlikeholde sin sosiale rang på utvalgte arenaer. Slik er ønsket om stigende sosial mobilitet, eller tilsynelatende stigende sosial mobilitet innad i middelklassekategorien en viktig innfallsvinkel på mitt materiale. Jeg vil videre ta for meg hvordan personer med begrensede økonomiske ressurser oppfører seg i det offentlige rom: Vil de prøve å skape et inntrykk av at de har penger til å kjøpe dyre ting eller vil de bruke pengene de har til nødvendige goder? Vil de velge å bruke pengene sine på luksusgoder som de strengt tatt ikke har bruk for, men som likevel sender ut en bestemt type signaler i samhandling med andre, eller vil de avstå fra å konsumere og heller søke andre former for prestisje? Et viktig fokus er hvorvidt konsum i Venezuela er basert på et ønske om nye identiteter og strategier gjennom et spesielt sett av konsumbaserte distinksjoner.

Før jeg fortsetter med å presentere og analysere mine observasjoner, vil jeg fortelle litt om bakgrunnen for tematikken i avhandlingen.

Bakgrunn

Venezuela har hatt enorme fortjenester på salg av olje, særlig råolje. Dette har ført til at landet til tider har hatt betydelig større økonomiske muligheter enn andre land i regionen³. Som medlem av OPEC (*Organization of the Petroleum Exporting Countries*) har landet også hatt god kontakt med de store oljeprodusentene i Midtøsten. Venezuela tjente enorme summer på oljen gjennom hele 70-tallet med høydepunktet etter den iranske revolusjon og krigsutbruddet mellom Iran og Irak da oljeprisen steg fra 13\$ til 34\$ fatet i perioden 1978 til 1981 (Bell i Latin-Amerika-årboka 1998). Etter denne enorme etterspørselen etter olje, sank prisene utover 80-tallet grunnet de vestlige lands endring i bruken av olje. Disse endringen gikk ut på henholdsvis; mer effektiv bruk av oljen samt konservering og alternative energikilder som ble tatt i bruk for å senke det høye forbruket av olje. Venezuelas regjering mislyktes i å tilpasse sine utgifter etter den endrede markedssituasjonen, og ble tvunget til å ta opp lån i utlandet. Således kom Venezuela skeivt ut selv med et bra økonomisk utgangspunkt sammenlignet med

³ Colombia, Ecuador, Peru og Brasil har også oljeproduksjon men på langt nær i så stor utstrekning som det Venezuela har.

sine naboland. Folket som hadde høy kjøpekraft i denne perioden var mest opptatt av å kjøpe høystatusprodukter slik som biler og store deler av konsumet ble basert på importerte goder (Hellinger 1991). I tillegg hadde landet en lite restriktiv innvandringspolitikk og folk fra mange deler av verden flyttet inn i landet. Tidlig på åttitallet var hver 16. innbygger i Venezuela født utenfor landets grenser (Hellinger 1991).

Den 28. februar 1983, ”den svarte fredagen”, kom nedturen. Regjeringen ble presset til å devaluere valutaen, og en amerikansk dollar kostet tre ganger mer i løpet av natten. Folks kjøpekraft ble betraktelig senket. Siden den gang og frem mot i dag har de fleste venezuelanere som ikke kan regnes for å være rike, fått senket sin kjøpekraft år for år (Hellinger 1991). For mine eldre informanter er det således viktig å kunne ”flyte” på en sosial rang om hva de *var* tidligere, den gang da den økonomiske situasjonen var gunstigere og konsumet var høyere. Ganske mange av mine informanter skryter ofte av sommerferiene på Isla Margarita⁴ og handleturene til Miami, steder de aller fleste ikke har råd til å besøke i dag.

Venezuela har gjennom en årrekke hatt en svært betydelig grad av varer de egentlig kunne ha produsert selv import (Mario Briceño Irigaray 1993 [1951]) og (Hellinger 1991). Alt fra matvarer til biler er importert til et marked som selv på 1950-talet bar preg av et høyt og økende forbruk av importerte varer (Briceño 1993 [1951]). Et spørsmål som melder seg i en slik sammenheng er hvorvidt venezuelaneres tilskrivning av meninger og verdier til utenlandske varer er en delaktig årsak til Venezuelas høye import? I denne avhandlingen vil jeg ikke kun fokusere på import av varer, men vil innta et mikroperspektiv i forhold aktørenes selvpresentasjoner gjennom å konsumere utenlandske produkter og det å presentere seg som ikke-konsumenter av slike varer (Goffman 1992 [1959]).

Sentrale trekk ved den etnografiske regionen

Venezuela er lokalisert i den nordøstre delen av det søramerikanske kontinent. Landet grenser til Brasil i sør og Colombia i vest. I øst har landet en atlantisk kyst og grenser til Guyana, og i nord grenser Venezuela til det karibiske hav. Den geografiske diversiteten i Venezuela er enorm med Andesfjellene i vest, Amazonas i sør og den karibiske kyst i nord. I de ulike

⁴ Isla Margarita er Venezuelas største øy og ligger i det karibiske hav. Øya er svært godt tilrettelagt for turister og kan sammenlignes med de spanske øyene Mallorca og Kanariøyene.

delene av landet finner vi derfor også store forskjeller i leveste og levevilkår. Det foreldete jordbruket på *Los llanos*⁵, står i sterk kontrast til det moderne sofistiserte sentrum av Caracas.

Første europeer i Venezuela var Christopher Columbus i 1498. Columbus kalte landet Venezuela, som betyr lille Venezia, med referanse til urinnvånerne hus som var bygget på stylder ved Maracaibosjøen noe som minnet europeerne om husene i Venezia. Spanjolene så at urbefolkningen brukte en svart klisset tjære som strømmet opp fra vannet til å reparere kanoene sine med. Spanjolene tappet litt av den svarte væsken på flasker og sendte den tilbake til Europa for salg som en kur for gikt, og kalte den *El escremento del diablo*⁶ (djevelens ekskrementer). Spanjolene mistet imidlertid fort interessen for oljens kommersielle muligheter. Senere har den samme klissete tjæren blitt kalt for *El oro negro* (det svarte gullet) og har fått enorm betydning for Venezuelas økonomiske og sosiale utvikling.

Tidligere var høylandet det viktigste området av Venezuela, og brodden av Andesfjellene som går gjennom landet rommer fremdeles store deler av befolkningen samt at flere av de store byene er lokalisert her (Mérida, Trujillo og San Cristobal). Regionen var tidligere basert på jordbruk, mens i dag har universiteter og institusjonene rundt dem blitt det viktigste for området. Mérida har spilt en sentral rolle i landets historiske, kulturelle og politiske utvikling på grunnlag av universitetet og har dermed hatt stor tiltrekningskraft på akademikere. I dag finner vi de viktigste byene for økonomisk utvikling langs kysten, og hovedstaden Caracas og byen Maracaibo er de viktigste sosioøkonomiske sentraene. Mye av de enorme oljeressursene landet har er lokalisert i Maracaibosjøen og av den grunn regnes Maracaibo, ved siden av Caracas, som den mest innflytelsesrike regionen i landet. De senere år har det blitt satt i gang utvinning av olje på landets østlige kyst, og Maracaibo har således fått en konkurrent når det gjelder hvilken region som eksporterer mest olje. Oljeeksport er hovedgrunnlaget for akkumulering av kapital for landet. Venezuela eksporter hovedsakelig en lite bearbeidet råolje. Imidlertid kan man også finne petrokjemisk industri som produserer bearbejdede produkter.

⁵ *Los llanos* betyr direkte oversatt til norsk; slettene, og er en fellesbetegnelse på det flate lavlandet vest i Venezuela.

⁶ Med referanse til det svarte og underjordiske som en representant av djevelen.

Venezuelas historie og politikk

En presentasjon av historiske forløp synes viktig for å belyse utviklingen i landet til en selvstendig stat, men også hvordan tidlig kolonialisering og senere kapitalisering la føringer og grunnlag for dagens situasjon i Venezuela. Særlig interessant er *El libertador* (frigjøreren) Simon Bolivar som av Venezuelanere betraktes om et symbol på det 'genuine' Venezuelanske (Mario Briceño Iragorry 1993[1951]). Historie kan sees på som en rekonstruksjon av hva som har foregått i et forsøk på å reflektere over hendelser i fortiden, selv om de fleste historietekster påberoper seg en representasjon av virkeligheten. Historieskriving er således et viktig moment i dannelsen av typer av nasjonal tilhørighet og hvordan mennesker tenker om og på seg selv (Anderson 1993). Jeg vil komme tilbake til dette senere i avhandlingen.

Kolonialisering

Venezuela var det første landfaste sted europeerne kom til i den nye verden. Columbus skriver at han aldri hadde sett så mye ferskvann i havet noen sinne og forstod at det måtte være et stort kontinent (Hellinger 1991) Fra før hadde Columbus kun sett øyer og selve størrelsen på kontinentet ble ikke slått fast før mange år senere. Man regner med at befolkningen i området som senere ble kalt Venezuela var på rundt 350 000 før europeerne satte sine ben på kontinentet. De var i hovedsak nomader som livnærte seg på jakt, fiske og sanking. Det var kun i Andesfjellene det var utviklet metoder for kultivering av jorda, men ikke med så avanserte metoder som Inkaene hadde lenger sør på kontinentet (Hellinger 1991). Som de fleste andre steder i Amerika døde store deler av urbefolkningen av europeiske sykdommer eller de ble drept av de spanske erobrerne. Venezuela var ikke det *El dorado* som spanjolene drømte om og landet ble derfor ikke så populært som mange av de andre latinamerikanske landene hvor det kunne røves gull, slik som Peru hvor inkaene hadde sitt hovedsete. Spanjolene startet feavl på *Los llanos* og fremdeles er feavl en av de store geskjeftene innen jordbruket i landet. I tillegg til feavl startet spanjolene sukkerplantasjer for eksport, basert på lokal- og importert slavearbeidskraft. Lokalbefolkningen som ikke jobbet for kolonistaten drev jordbruksproduksjon orientert mot indre konsum. Mot slutten av 1700 tallet oppstod det

stor misnøye mellom de kreolske⁷ plantasjeeierne og det spanske kolonibyråkratiet som ikke hadde sammenfallende interesser. På bakgrunn av blant annet misnøye angående hvordan Spania styrte landet ble det kreolske borgerskap motivert til å vise initiativ for selvstendighet (Hellinger 1991).

Frigjøring og selvstendighet

Venezuela var en spansk koloni i mer enn tre hundre år inntil frigjøringsbevegelsen, med generalen Simon Bolivar i spissen, kjempet for uavhengighet på begynnelsen av 1800-tallet. I 1810 dro kreolene fordel av Spanias svake stilling etter Napoleonskrigene og avsatte kronens representanter i Caracas. Allerede i 1811 erklærte general Francisco de Miranda Venezuela for selvstendig og en kreolsk kongress ble dannet, men krigen mellom kreolene og lojalistene fortsatte 10 år fremover under ledelse av Simon Bolivar til han tok kontroll i 1821. Bolivars ambisjoner var å danne en stornasjon ”Gran Colombia” med Colombia og Ecuador i tillegg til Venezuela. Bolivars felttog for selvstendighet strakte seg helt til Peru og Bolivia, men før han fikk se sin drøm gå i oppfyllelse utropte general José Antonio Venezuela for en autonom republikk i 1830. Simon Bolivar, *El Libertador*, er i dag hedret som den store frigjøringshelten i store deler av Sør-Amerika, spesielt i Venezuela der han er født og oppvokst. Senere i avhandlingen vil jeg komme tilbake til Simon Bolivar rolle i myteskapning og prosesser av nasjonalistisk tankegang.

Oljens betydning og Gomez’ diktatur

Frem mot 1850 årene opplevde Venezuela en kraftig økonomisk vekst og ved hjelp av utenlandske banker ble infrastrukturen betraktelig forbedret. Slik ble grunnlaget lagt for en moderne stat. Juan Vincente Gomez tok makten i 1908 og viste seg å være en diktator med god kontroll over hæren slik ingen hersker hadde hatt før ham. Det ble hevdet at Gomez’ styre var demokratisk fordi han handlet etter det han selv kalte den ”nasjonale vilje”, men dette var langt fra virkeligheten (Hellinger 1991). Gomez styrte med en hard hånd, og gjennom tortur og utnyttelse holdt han befolkningen i sjakk. Det mest utpregede ved hans styre var allikevel måten han håndterte landets ressurser på. Det ble startet oljeutvinning rundt 1920 tallet og

⁷ Kreoler omtales her som europeere, i hovedsak spanjoler, født i Venezuela.

Gomez⁸ flyttet også hovedkvarteret sitt til Maracaibo der oljen ble utvunnet. En ny era var nå i gang. Fra sitt nye hovedkvarter i oljeparadiset gikk han inn for en stor satsing på olje som eksportvare og dette lyktes han med. Landet økte produksjonen med flere hundre prosent årlig og tjente store summer (Hellinger 1991). Oljen ble snart landets viktigste eksportvare og grunnlaget for dagens oljeindustri ble lagt i denne perioden. Gode lønninger tiltrakk seg arbeidere på bekostning av jordbruket. Overskuddet fra oljeeksporten ble delvis brukt til en bedret infrastruktur for folket. Dette gjaldt særlig prestisjeprosjekter som utbygging av Caracas til en moderne storby. Enorme beløp gikk også til den allerede velstående eliten, samt at Gomez forsynte seg rikelig gjennom salg av konsesjoner til utenlandske selskaper⁹. Etter hans død ble det opprør blant folket og flere av hans slektninger som hadde maktposisjoner ble enten drept eller jaget ut av landet. Fordelingen av eiendom og land er fremdeles skjev og kan ses i sammenheng med hvordan kolonistaten ble utviklet med store landeiere som styrte et stor antall landarbeidere. Under valgkampen i 1998 hevdet nåværende presidenten Hugo Chávez at nærmere 80 prosent av Venezuelas befolkning lever under fattigdomsgrensen.

Politikk i et falmende demokrati

I 1945 kom AD (Acción Democrática) til makten gjennom et kupp utført av misfornøyde offiserer som var sterkt inspirert av Perón i Argentina. Denne regjeringen ble igjen styrtet av et militærkupp. Det første demokratiske valget i Venezuela fant sted 10 år senere, i 1958. Sammenlignet med mange andre latinamerikanske land som har vært preget av militære diktaturer, har Venezuela hatt forholdsvis gode demokratiske tradisjoner. Med innførelsen av et demokratisk system et år før den cubanske revolusjon i 1959 ble Venezuela sett på som et motpunkt til utviklingen på Cuba. En rekke geriljabevegelser oppsto, men i motsetning til Cuba hadde de liten oppslutning i folket. I følge Hellinger (1991) er den gode demokratiske situasjonen på hell. Han kaller landets styresystem for et falmende demokrati som begynte ganske bra og utviklet seg til noe bedre mye på grunn av en usedvanlig sterk økonomi, helt til politikerne ble korrupte og styresystemet svekket. Helt frem til i dag er korrupsjon et stort problem for Venezuela, slik som i mange andre latinamerikanske land, og landets politikere har et dårlig omdømme blant folket.

⁸ Gomez har fått mye av æren for at Venezuelas oljeutvinning startet så tidlig.

⁹ Gomez var den rikeste og eide mest jord i hele Venezuela på denne tiden og hans formue ble estimert til ca \$400 millioner amerikanske dollar ved hans død i 1935 (Hellinger 1991).

Nasjonalisme og kolonial fortid

Det synes som om venezuelanere har en sterk søken mot utenlandske produkter fremfor nasjonale på grunn av signalene disse fører med seg. Hva gjør så en slik søken mot ”det utenlandske”, i forhold til befolkningens nasjonale tilhørighet og hva er bakgrunnen for disse prosessene? Jeg vil her presentere ulike forklaringsmodeller med røtter i historien basert på hvordan historien blir kommunisert i dag.

Den venezuelanske historiker og politiker Mario Briceño Iragorry (1897-1958) skriver om historie, nasjonal identitet og Venezuelas skjebne fra kolonitiden, frigjøringstiden og frem mot tidlig femtitallet i sin bok ”*Mensaje sin destino*” (Publisert på engelsk som: *A peoples crisis*) (Briceño 1993 [1951]). Briceño problematiserer det han kaller venezuelaneres svake nasjonale identitet, og beskriver hvorfor de nærmest elsker det utenlandske mens det nasjonale kommer i annen rekke. Han hevder at venezuelaneres manglende patriotisme og fremsyn har ledet dem i feil retning for å bygge opp nasjonen. Han understreker at venezuelanere har en svært høy import av utenlandske produkter og at denne importen skaper et mønster rundt den nasjonale identitet. For å forklare disse prosessene retter han et kritisk blick mot den historieskrivningen som har foregått i Venezuela. Han hevder at den koloniale perioden er blitt underkommunisert til fordel for mytiske heltehistorier om deres uavhengighet. Venezuelas nasjonaldag er 5. juli, til minne om den politiske uavhengigheten fra spanjolene som ble erklært denne dag i 1811. Briceño hevder videre at mange regner dette som begynnelsen på republikkens historie, fordi det var første gang de hadde selvstyre. Han understreker at Venezuela ble styrt av spanjoler i 300 år og har en stor del av sin kulturelle fortid fra dem. Briceño hevder at folk mangler et viktig historisk perspektiv på tilværelsen ettersom de ikke aksepterer landets kulturelle påvirkning fra Spania i historieskrivningen. Dette har innvirkning på nasjonal identitet (Briceño 1993 [1951]). Han sier videre at dette er mye av årsaken til at folk er så opptatt av det som kommer fra utlandet, da særlig USA, istedenfor nasjonale produkter. Dette gjelder alt fra matprodukter til de typer sport som er populære i landet. Sør-Amerika har gjennom de siste århundre blitt verdensberømt for sine gode fotballspillere og den enorme fotballinteressen i landene. I Venezuela derimot er baseball og hesteveddeløp noen av de idrettsbegivenhetene folk er mest opptatt av. Mange vil hevde at dette skyldes deres store interesse for det nordamerikanske i forhold til det man forbinder med det europeiske og resten av det søramerikanske sportsbildet, hvor fotball synes

å være den dominerende. Fotball i Venezuela er mye mindre dannende for venezuelansk identitet enn hva som er tilfelle i nabolandet Colombia (Hellinger 1991).

Imidlertid er den spanske avstamningen veldig tydelig og høyt kommunisert. Det er ganske vanlig å vise til sin lyse hud som en positiv konsekvens av at man har spansk blod i årene. Selv *El libertador* Simon Bolivar hadde spanske foreldre mens han selv var født i Venezuela. Briceño hevder at folket gjennom ukritisk historielesting nærmest forneker den koloniale perioden som har betydd enormt mye for landet. Gjennom spansk språk og katolsk religion er nærmest hele Venezuela som nasjon skapt av spanjoler (Briceño 1993[1951]). Briceño mener det bør legges større vekt på historien fra tiden Christoffer Columbus kom til Sør-Amerika fordi det er den som har vært dominerende. Ved å redusere hvor sentral denne delen av deres eksistens er, reduserer de styrken av deres egen fortid, skriver Briceño. Verken venezuelanere eller spanjoler har akseptert urbefolkningen som en sentral gruppe for landet. Han sier videre at urbefolkningen alltid har blitt undertrykt og ikke kan sees bort fra, men når man skal skrive historie er det viktig å få frem det dominerende samt det som har stått i fare for å forsvinne. Således kan man si at det er viktig å ikke glemme hva spanjolene gjorde i Latin-Amerika på godt og vondt fordi det er en viktig del av hvordan nasjonen oppsto (Anderson 1991).

Briceño tror at svingningene i en nasjons tolkninger av historie øker med antallet kulturelle faktorer akkumulert av folket gjennom århundrene. *"If we are to build a national consciousness, we must trust in the creative power of synthesis more than in the cold, isolated fruits of analysis"* (Briceño 1993 [1951]:45). Briceño sammenligner Venezuela med Australia der nasjonaldagen er den dagen britene satte sine ben på det nye kontinentet. Ved å gjøre dette gjorde de det klart at det var deres intensjon å identifisere Storbritannia som kilden til deres kulturelle liv. Venezuela på sin side feirer nasjonaldagen som da de regnet seg selv for uavhengige av kolonimakten Spania. Som følge av denne underkommuniseringen av sin egen koloniale fortid i Venezuela konkluderer Briceño med at befolkningen har det han kaller en svakere nasjonal identitet enn hva som hadde vært tilfellet om de hadde aktivt brukt sin fortid som en kolonialisert stat. En videre konsekvens av en svak felles nasjonal identitet og en manglende historisk reaksjon mot de utenlandske verdier, svekker ifølge Briceño de gamle nasjonale symbolene. Istedenfor å vedlikeholde og utvikle nye nasjonale produkter og symboler er venezuelanere spesielt åpne for å importere nye fra utlandet. Briceño beskriver landets forbruk av pengene de har tjent på oljeeksport på denne måten:

We give right back to pay for imported items which supplement our insufficient agricultural production and satisfy our senseless mania for silly things (race horses, for example, and all the vanities that go with a carefree, ritzy life). We delude ourselves into thinking that we are rich when our fat checks but like naive children playing at being millionaires we endorse ourselves those same checks right back to the paymaster. We think we are rich in foreign exchange because the bank balances tell us so but instead of investing that money to build a better Venezuela, we squander it and foreign companies reap of the benefits. It's a cycle of economic dependence which has made us an industry for foreign profit. (Briceño 1993 [1951]:69)

Denne boken er skrevet så tidlig som i 1951, og viser at problemene med import av forbrugsgoder ikke er noe nytt men har dype røtter i landet. Hans dystre spådommer har til en viss grad kommet til sin rett. Riktignok har Venezuela hatt ekstremt gode perioder når oljeprisen var høy på slutten av 70-tallet og begynnelsen av 80-tallet, men profitten ble heller ikke da i noen særlig grad investert i nasjonen for å bygge opp landet videre. Mesteparten gikk til de rike som reiste utenlands og ”sløste” bort pengene eller investerte dem i utlandet for å gjøre seg selv enda rikere (Hellinger 1991). Folket fikk ta liten del i godene på lang sikt og på kort sikt hadde de en sterk valuta som gjorde at utenlandske produkter var billige og dermed kunne man kjøpe mer. Det kan synes som om folk i Venezuela har blitt ”avhengige” av utenlandske produkter fordi de har basert sitt konsum på dem til tross for sin senkede kjøpekraft, men å tenke fremover mot dårlige tider synes å være en fremmed handling både for daværende regjeringer og for store deler av folket (Hellinger 1991).

En annen utfordring for Venezuela er all immigrasjonen folket i landet har fått erfare. I Sør-Amerika har Venezuela til tider nærmest fungert som drømmenes land, slik som USA har vært for mange europeere (og fremdeles kan sies å være for mange latinamerikanere). Landet har hatt rykte blant latinamerikanere for å være et land det er lettere å tjene penger i enn de fleste andre land i Sør-Amerika og dette har ført til en enorm innvandring til Venezuela, særlig fra Colombia, men også fra mange andre land både i regionen og fra andre verdensdeler. I tillegg hadde Venezuela tidlig en bedre infrastruktur enn de sammenlignbare land i Sør-Amerika. Således har Venezuela blitt sett på som et mer moderne land enn andre land i Andesregionen som Colombia, Ecuador og Peru. Tross all innvandring har det tatt lang tid før den nasjonale identiteten har blitt bevisstgjort. Briceño prøvde gjennom den

akademiske verden å kritisere utviklingen i landet men befolkningen i landet endret seg ikke. I stedet ble de bare mer og mer orientert mot utlandet. I disse dager gjøres et iherdig forsøk av landets nye president Hugo Chávez, på å samle Venezuela rundt symboler som kan representere noe for hele befolkningen. Hans uttalte motivasjonen er å få folket samlet og å gjøre Venezuela til et bedre land å leve i. Jeg vil komme tilbake til Hugo Chávez nedenfor.

Til tross for Briceños (1993 [1951]) dystre spådommer har mange såkalte ”kulturelle produkter” holdt stand tross stor utenlandsk påvirkning. Briceños spådommer bærer preg av hans pessimistiske nasjonalistiske utgangspunkt. Han ønsket seg et mer selvstendig Venezuela som kunne påvirke Latin-Amerika i langt større grad enn hva situasjonen er i dag. Ut i fra dette må boken hans også leses som et politisk bidrag til hvordan Briceño ønsket at Venezuela skulle være. Sent på 70-tallet og tidlig 80-tallet kan man si at landet hadde sitt økonomiske høydepunkt i moderne tid med høye oljepriser og god avkastning på eksporten. Et av problemene for landets økonomi var at folket, mer enn noen gang tidligere, var ”besatt” av utenlandske varer. Folk kjøpte helst de godene som var ”import-” eller ”export quality” (Hellinger 1991). Dette har fortsatt helt frem til i dag selv om kjøpekraften er betraktelig redusert og det koster hver enkelt mer av deres inntekt å fortsette å kjøpe importerte produkter (Lander 1996). Således kan man si at det synes å være en del av det ”venezuelanske” iboende at det er viktig for folket å konsumere importerte goder. Man kan gjerne si at det å være opptatt av utenlandske verdier og varer kanskje er en viktig del av det Briceño kaller for den nasjonale identitet i Venezuela. Dette kan være et resultat av at det er så mange utlendinger i landet, og at mange venezuelanere har stor kjennskap til det som eksisterer utenfor landets grenser. USA er nært geografisk og gjennom media og reklame får folk innsikt i hvordan folk lever der og de skaper også sine egne versjoner. Jeg vil bruke Briceños analyser som et utgangspunkt for å bedre forstå hvordan folk samhandler og håndterer sin hverdag i dagens Venezuela.

Simon Bolivar som en mytisk figur i nasjonalistisk tenking

I dag blir Venezuela styrt av Hugo Chávez. Som del av et nasjonalistisk prosjekt har han tatt i bruk Simon Bolivar som et symbol for det uavhengige Venezuela. Jeg vil komme tilbake til Chávez' politiske prosjekt nedenfor. Først vil jeg konsentrere meg om hvordan Bolivar har blitt mer viktig for Venezuelas nasjon jo lenger tid det har gått siden han døde. Simon Bolivar har blitt tilskrevet mange hendelser gjennom sitt korte liv som hele tiden henspeiler på hans kamp for å gjøre Venezuela uavhengig. Blant mange historier jeg har lest og lyttet til gjennom feltarbeidet har Bolivars liv blitt del av en venezuelansk folkløse som mest sannsynlig er mer mytisk enn historisk. I denne sammenhengen er ikke graden av historiske "sannheter" det viktigste, men hva fortellingen representerer og symboliserer for venezuelanere. Et kjent eksempel for venezuelanere er da Bolivar på et av sine opphold i Spania spilte ball med den kommende kongen av Spania, Kong Ferdinand VII, som da kun var et barn. Det blir hevdet at Bolivar kastet ballen og ved et uhell traff den hatten til den kommende kongen slik at hatten ble slått av hodet hans (Briceño 1993[1951]). Symbolikken i denne hendelsen, enten den er sann eller ei, er veldig klar for mange venezuelanere; Bolivar viste selv mange år før han skulle kaste den samme kongen ut av landet, at han ikke hadde respekt for det spanske monarkiet. Bolivar skal også ha uttalt lenge før slagene om landet stod at han aldri skulle hvile før han hadde frigitt det "spanske Amerika fra spanjolene" (Briceño 1993:29[1951]). Det eksisterer et utall slike historier om hendelser som kan kritiseres for å være usanne, men mytene om en slags udødelig Bolivar som nasjonens "far", eksisterer fortsatt. Simon Bolivar døde ung og ble ikke sett på som en folkehelt når han døde. Etter sin død har Bolivar blitt dyrket som den store frigjøringshelten. I dag er han en viktig fellesfaktor for venezuelanere og landets nye president har hatt stor suksess ved å bruke sitater fra Bolivar for å oppnå politisk makt. Etter at spanjolene ble beseiret fryktet fremdeles Bolivar at en ny kolonimakt skulle ta over landet. Chávez har tatt opp igjen denne retorikken med USA som en mulig ny koloniherre over Venezuela. "The United States... appears to be destined by providence to plague America with misery in the name of liberty" (Chávez Frías, 1992, s 44, i Latin American Perspectives. 1996 s82). Bolivars bortimot mytiske posisjon kom sterkt til uttrykk da den sittende regjering sommeren 1999 endret nasjonens formelle navn fra *República de Venezuela* til *La República Bolivariana de Venezuela*. Simon Bolivar fikk stor innflytelse som soldat men mislyktes som politiker. Med Hugo Chávez synes det motsatt.

Mye har endret seg siden Briceño skrev sin mest berømte bok "*Mensaje sin destino*". Venezuela har blant annet feiret sin 40 årsdag fra når de innførte det demokratiske system, og til tross for at boken er skrevet før demokratiets inntreden, synes det for meg som om mange av hans betraktninger fremdeles er aktuelle. Briceños bok er også interessant for denne avhandlingen som en forklaring på hvorfor Venezuelas befolkning ser ut til å ha så sterk søken mot 'det utenlandske' og hva dette betyr for folk. Boken er preget av at Briceño selv var aktiv i Venezuelas styrende organer, men han er allikevel svært kritisk til hvordan landet har utviklet seg. Det importbaserte konsumet har endret seg både i størrelse og form. Tidligere var det kun eliten som hadde penger til å kunne kjøpe klær og trendprodukter fra metropolene, og de ble ofte lokale trendsettere. I dag har TV og media tatt over store deler av deres rolle (Daniel Miller 1994:81).

Forestilte fellesskap

Benedict Anderson (1993) hevder at nasjonalisme er typer av kulturelle konstruksjoner. For å forstå disse prosessene må man undersøke grundig hvordan begreper historisk har forandret seg. Han understreker at mot slutten av 1700-tallet ble store deler av grunnlaget for disse kulturelle konstruksjonene lagt, da særlig i tidligere europeiske kolonier slik som Venezuela. Mye av grunnlaget for rasjonaliseringen av den moderne stat ble lagt i dette tidsrommet da kapitalismen og boktrykkerkunsten utviklet seg raskt. Andersen understreker at dette gjorde det mulig å skape en ny form for "forestilte fellesskap"¹⁰ som er utgangspunktet for et av stegene til den moderne stat (Anderson 1993). Videre foreslår han at nasjonalisme må forstås i sammenheng med historiske prosesser, ikke bare ideologier, men først og fremst kulturelle systemer.

Vår forståelse av historiske prosesser er farget både av ideologi og de kulturelle systemer vi er en del av. Det paradokset både Anderson og Briceño påpeker er at de nasjonalistiske bevegelsene i Amerika var modulert fra populære bevegelser i Europa. Gjennom felles religion, språk og "kultur" som metropolene greide frigjøringsbevegelsen å muliggjøre de første nasjonale forestillingene (Anderson 1993). Således kan man se på kritikken til Briceño som nyttig for å forstå venezuelaneres utgangspunkt for nasjonal identitet, og hvordan den aktivt forhandles både lokalt og nasjonalt, av presidenten Hugo Chávez.

¹⁰ Oversettelse av Andersons begrep *Imagined Communities*(Anderson 1993)

Mange vil hevde at historie er konstruksjoner, for eksempel Anderson (1993). Historien er skrevet gjennom fortolkninger og det vil nødvendigvis bli lagt vekt på spesielle sider ved den. Historie skapes hele tidene og prinsippene for konstruksjoner er ulike og hva begrepene i historier fanger opp vil være ulikt i forhold til hvem som leser den. Således kan det sies at historien vi leser kan være farget både av tiden den er skrevet i, av hvem den er skrevet av og hvilke tradisjoner som er dominerende. Historikerens politiske ståsted kan være en viktig faktor for hvilke temaer han/hun konsentrerer seg om. På den annen side viser min empiri at det finnes en annen, mer "folkelig", oppfatning av historie; *"historien er sann, og den kan ikke endres fordi det er hva som har hendt"* (Julio 58). I Venezuela blir mytiske fortellinger rundt Simon Bolivar gjort "sanne" ved at de reproduseres og utvikles både nasjonalt og lokalt. Gjennom en slik bestemt tolkning "glemmes" hvem som har skrevet historien og med hvilken motivasjon. Hvem som har skrevet historien er viktig hvis man skal finne årsaker til hvorfor historien er som den er, samt hvordan historie aktivt brukes for å eksempelvis holde en nasjonalstat sammen.

I Norge har etterkrigshistorie vært svært sentral for nasjonsbyggingen. For nordmenn født lenge etter slutten på andre verdenskrig kan det synes som om nesten alle under krigen var en del av "gutta på skauen" eller gikk med binders på jakken og topplue for å vise sin motstand til den tyske okkupasjonsmakten. Ser man på historien på en annen måte kan det synes som om Norge var det tysk okkuperte landet under andre verdenskrig som produserte mest per innbygger, hvilket grunnet i at det fra høyere hold ble sagt at man ikke skulle yte så mye motstand men holde hjulene i gang slik at mest mulig sivile tap ble unngått. Således kan det synes som om det norske folket (eventuelt styrende nasjonsbyggere) etter krigen har gjort forestillingen om motstanden sterkere, til mer enn hva den virkelig var under krigen, slik kunne vi overfor oss selv gi uttrykk for vi var et samlet folk som tok den "rette" siden. Likeledes er fokuset på historiske hendelser strategisk rettet mot samlende aspekter ved den. Simon Bolivar blir hedret som Venezuelas frigjører men han døde som en person de fleste hatet fordi at han ikke var like god politisk leder som han var en strategisk krigsfører (Briceño 1993[1951]).

For å se nærmere på dette fenomenet vil jeg omtale hvordan tradisjoner kan bli kommunisert i gjennom historie. Handler & Linnekin (1984) tok utgangspunkt i hvordan tradisjoner ikke er konstante men alltid er i endring. De hevder at tradisjoner endrer seg i hver generasjon fordi menneskene omdefinerer det tradisjonelle og fordi tradisjoner ikke er statiske men har et

dynamisk aspekt ved seg (Handler & Linneken 1984). De ser på tradisjon som en symbolsk konstruksjon som må sees i sammenheng med det moderne. Overgangen fra tradisjonelt til det moderne er en sosial transformasjonsprosess som kan gjøres meningsfull ved å legge ny mening i gamle symboler og gammel mening i nye symboler. Ser vi på deres syn sammen med Briceños nærmest moralske beskrivelser av den venezuelanske identitet kan vi bedre forstå Briceños argument om at historien faktisk spiller en viktig rolle for hvordan mennesker opplever og håndterer sin hverdag. Det kan være enkelt å essensialisere hva som er tradisjon og hva som er moderne for folk. Den analytiske forståelsen av disse begrepene som Handler og Linnekin (1984) representerer viser derimot at det folk lokalt kaller for tradisjon i dag ikke trenger å være det samme som for 200 år siden, på Simon Bolivars tid.

Craze for foreign

Det synes altså å eksistere en idé blant flere at venezuelanere har en spesiell stor søken mot utenlandske goder. Briceño (1993[1951]) beskriver også søken etter importerte goder som Venezuelas skjebne. Hellinger (1991) understreker hvordan den negative importbalansen påvirker landets totale økonomi. En forklaring kan være at multinasjonale selskaper prøver å påvirke folk til å se annerledes på lokale produkter og prøver å transformere behovene til de produktene de vil selge gjennom offensiv markedsføring. Richard Wilk (1994) skriver i sin artikkel fra Belize om det han kaller for "Craze for foreign" som noe mer enn en konkurranse i å konsumere prestisjeprodukter. Godene som blir konsumert gis en rekke meninger som tolkes ulikt i forskjellige kontekster og dette kan skape og vedlikeholde sosiale relasjoner og personlige identiteter. Konsumet representerer dermed ikke nødvendigvis kun hierarkiske idealer men også egalitære, blant annet for å være en del av en gruppe.

Gjennom opphold i Venezuela og ved å lese historie fra landet ble jeg opptatt av hvorfor mennesker i Venezuela tilsynelatende er så opptatt av å konsumere det utenlandske fremfor det nasjonale. Det finnes mange studier på dette i andre sammenlignbare land om hvorfor lokalbefolkningen synes å ha et slikt "craze for foreign" (Richard Wilk 1994: 97). Jeg vil gjennom avhandlingen redegjøre for noen antropologers teorier og forklaringsmodeller på hvorfor menneskene gjør som de gjør i forhold til konsum av utenlandske goder. Situasjonen i Venezuela er allikevel markant forskjellig fra sammenlignbare land i regionen fordi landet

gjennom stor oljeeksport har tjent penger som også befolkningen har fått ta del i gjennom høy kjøpekraft. Forskjellen mellom Venezuela, og land som Ecuador, Den Dominikanske Republikk og Colombia, er at venezuelanerne en gang har hatt mulighet til å kjøpe flere luksusgoder enn hva tilfellet er for dem i dag. Kjøpekraften deres har blitt svakere i takt med dårligere oljepriser og hyppige devalueringer av den engang så sterke *bolivar*¹¹.

Kapitteloversikt

I **kapittel 2** presenterer jeg informantene mine og de ulike samhandlingsarenaene hvor jeg har foretatt min datainnsamling, deretter tar jeg for meg noen metodiske utfordringer. Samhandlingsarenaene er svært viktige ettersom store deler av feltarbeidet bygger på observasjon og data på tre steder i sentrum av Mérida; Plaza Bolivar, Café Rodos og Alfredos. Disse er nær hverandre i geografisk avstand, men opplevdes av meg som helt ulike i forhold til hvem jeg møtte der og hvilken informasjon jeg fikk tilgang til.

I **kapittel 3** gjør jeg rede for ulike teoretiseringer rundt konsum og hvordan jeg bruker konsum som et analytisk verktøy for å utvide forståelsen av den venezuelanske hverdag. Jeg vektlegger venezuelaneres syn på lykke og søken etter ”det gode liv”. Videre ser jeg på konsum og ulike selvpresentasjoner som blant annet et ønske om en stigende sosial mobilitet.

Kapittel 4 omhandler en type selvpresentasjon der et fokus på moter og hvordan man behersker en moteriktig stil, står sentralt. For å forstå mer om hverdagen til ungdommer i Mérida og for å si noe om hvordan hverdagen oppleves sett i sammenheng med deres dårlige kjøpekraft sees klær og mote i sammenheng med modernitet. Jeg problematiserer aspekter og konsekvenser ved et stort fokus på det ytre. De som behersker den gode smak blir kastet glans over, noe som konverteres til sosial kapital. Å beherske den rådende stil blir således sentralt med hensyn til hvordan aktørene rangerer hverandre innad i en gruppe så vel som utad.

11 *Bolivares* er Venezuelas valuta. Prisen på olje på det internasjonale marked begynte å synke betydelig i begynnelsen av 1980-tallet. Konsekvensene for Venezuelas økonomi var enorme. Krisen nådde et klimaks i februar 1983, da presidenten Luis Herrera Campins så seg nødt til å devaluere den sterke Bolivares. For folk flest ble kjøpekraften og levestandard drastisk senket, mens en velstående elite allerede hadde plassert pengene sine i utenlandske banker, og verdien på disse i bolivares ble tredoblet etter devalueringen.

I **kapittel 5** ser jeg på en annen strategi for selvpresentasjon. Jeg presenterer en annen gruppe informanter som ikke har noen form for formell utdanning. Her fokuserer jeg på hvordan det å ikke-konsumere gjennom det å presentere seg som intellektuelle blir et forsøk på å heve sin sosiale prestisje i akademiske så vel som ikke-akademiske kontekster. Kunnskapsbeherskelse samt håndtering av en intellektuell stil, blir konvertert til sosial kapital. Dette gir positive tilbakemeldinger og er meningsskapende for aktørene.

I **Kapittel 6** sammenligner jeg de to gruppene som jeg presenterer i kapittel 4 og 5. Jeg viser at de to gruppene tar i bruk sammenlignbare strategier for å oppnå lignende mål for å blant annet å skape mening i sine respektive livsverdener. Begge gruppene prøver å håndtere en stil, som sees på som selve utførelsen i deres selvpresentasjon, som igjen er et uttrykt ønske om å øke eller vedlikeholde sin sosiale posisjon innad i lokalmiljøet. Motivasjonen for aktørenes handlinger er å finne en måte å håndtere en problematisk hverdag med få økonomiske midler. Jeg vil allikevel vise at til tross for økonomiske begrensninger finnes det mange muligheter for distinksjon og sosial rangering i Mérida, Venezuela.

Kapittel 2:

PRESENTASJON AV MÉRIDA SAMT METODISKE REFLEKSJONER

Det er mange metodiske problemer knyttet til et sosialantropologisk feltarbeid. Cato Wadel (1991) sier at et feltarbeid innebærer at forskeren oppholder seg blant de mennesker de ønsker å studere i deres egne omgivelser og prøver å observere den samhandling som faktisk finner sted mellom folk og at forskeren selv forsøker å delta i samhandlingen så mye som mulig. Et mål for antropologen er å "(..) prøve å lære andre menneskers tanker og synspunkter i den sammenhengen de selv forstår dem" (Barth 1994:10).

Det er vanskelig å vite hva aktører tenker, med mindre de sier det direkte, og selv da kan man ikke vite om det de sier er alt de tenker. Imidlertid kan jeg observere hvordan aktører handler og selv delta i samhandlingen samt høre på hva de sier til meg. Det at jeg kommer fra et nordeuropeisk land kunne medføre at jeg til en viss grad fungerte som et forbilde for dem, spesielt med hensyn til økonomiske forhold, og også muligens som en representant for et liv de ønsket å leve. Mange av informantene så på meg som en som nærmest kunne gjøre hva jeg ville, fordi jeg hadde nok penger til å reise så langt. Av den grunn ville de gjerne være sammen med meg, fordi de enten visste det vanket en gratis øl eller kaffe eller fordi det ganske enkelt ga en form for prestisje å være sammen med utlendinger. I tillegg var det en fordel at jeg hadde mye tid og at jeg snakket spansk. Min status som "utlending" var av stor betydning gjennom hele feltarbeidet. Imidlertid er det vanskelig å vite hvordan informantene mine så på meg ettersom direkte spørsmål om dette kunne frembringe strategiske svar etter hva informanten ønsket å gi uttrykk for at han var. I følge Goffman (1992[1959]) ter man seg ulikt i forhold til hvem man møter. Til tross for eventuelle strategiske motiv for å tilbringe tid sammen med meg, eller nettopp på grunn av disse, har jeg lært mye om samhandling i Venezuela og da spesielt i byen Mérida.

Som antropologer prøver vi å fange en del av den virkeligheten vi befinner oss i. Verden virker ofte konstituert på en slik måte på at den realiteten vi prøver å "fange", oppleves som ulik alt etter hvilken bakgrunn og skoloring en antropolog måtte ha (Hammersley & Atkinson 1987). Inntrykk man får tidlig i et feltarbeid kan også være av en annen karakter enn hvordan man ser på hendelser senere i feltarbeidet. Førsteinntrykk har en tendens til å være mer naive, men samtidig mer observante enn senere inntrykk etter at man har lært et sted å kjenne på en mer inngående måte. Undersøkerens personlige bakgrunn og erfaringer, både før og under feltundersøkelsen, kan ha stor innvirkning på hvilken informasjon man innhenter og hvordan en ferdig avhandling vil se ut. Min nysgjerrighet i forhold til Venezuela kom gjennom reiser i regionen. Etter reiser gjennom flere land i Latin-Amerika og Karibia¹² ble jeg spesielt fascinert av Venezuela fordi dette landet virket annerledes enn de andre landene jeg hadde besøkt. Infrastrukturen var bedre og jeg fikk inntrykk av det var mindre fattigdom¹³. En annen ting som gjorde inntrykk på meg var det faktum at venezuelanere ikke var lidenskapelig opptatt av fotball slik de fleste andre søramerikanere kan sies å være. De var derimot svært begeistret for baseball som er Nord-Amerika (og store deler av Karibia) mest populære sport.

Jeg vil presisere at mine data bygger på to opphold i Venezuela, hvorav ett på seks måneder i 1997 til 1998 og et opphold som varte i halvannen måned i begynnelsen av 1999. Avhandlingen bygger i hovedsak på informasjon fra og om menn i Mérida. Årsaken til dette er todelt; den ene fordi fokuset mitt var basert på menn ettersom jeg forstilte meg at innpass i en kvinnelig sfære ville være vanskeligere, noe som også viste seg å være tilfellet. Likevel ble jeg gjennom feltarbeidet også kjent med en del jenter som kunne gi meg et annet syn på hverdagen i Mérida enn hva mine mannlige informanter kunne.

Samhandlingsarenaer i Mérida

Byen Mérida er Venezuelas nest største studentby, etter Caracas, med nærmere 30 000 studenter av en total befolkning på ca. 250.000. Mérida har gjennom landets koloniale historie hatt en sentral plass, med høydepunktet da Simon Bolívar erklærte Venezuela for en

¹² Ecuador, Peru, Bolivia, Brasil, Dominikanske Republikk og Trinidad & Tobago

¹³ Som jeg nevnte innledningsvis er dette ikke tilfellet, da Chávez hevder at 80% av venezuelanere lever under fattigdomsgrensen.

selvstendig stat, akkurat her. Byen ligger idyllisk til i Andesfjellene på 1.600 meter over havet ved foten av Venezuelas høyeste fjell Pico Bolivar, og den ligger flott til for turisme med mange severdigheter og et behagelig klima¹⁴. Innbyggerne beskriver klimaet i Mérida som *la eterna primavera* (den evige våren).

For å gi et inntrykk av hvor feltarbeidet fant sted og hvem som var informantene mine vil jeg her presentere informantene mine og de stedene som var mest sentrale i datainnsamlingen.

Café Rodos¹⁵

Café Rodos er en liten kafé ved Plaza Bolivar i Mérida. Plaza Bolivar er sentrum av byen og det er alltid mye folk her. Kaféen ligger slik at folk passerer den på vei til og fra ulike steder. Det er både inne og ute servering men folk sitter i hovedsak utendørs, under halvtak. Dette gjør at kaféen er et attraktivt sted å sitte om man vil treffe mange mennesker eller observere forbipasserende – både som fastboende, turist og antropolog. De som går forbi kafeen ser etter kjente for å slå av en prat, og i og med at byen er liten og folk trives med å sitte på kafé er det et utall av relasjoner på og rundt Café Rodos. Hovedgruppen jeg her vil skrive om er en gruppe menn fra 30-60 år. Menn i denne aldersgruppen var også på ulike tidspunkter på dagen den dominerende gruppe på kafeen men i det store og hele var klientellet på Café Rodos svært mangfoldig, alt fra turister til lokale politikere oppholdt seg her. Jeg var også mest i kontakt med menn på Café Rodos, ikke fordi det bare var menn tilstede, det fantes også mange kvinner her men som utenlands mann var det svært vanskelig å komme i kontakt med. Det syntes som om de hadde en viss skepsis i forhold til det å snakke med fremmede menn på kafé. Spurte jeg for eksempel lokale kvinner på kaféen om å få sitte med dem, hevdet de som regel at de ventet på noen og at bordet dermed var opptatt (selv om de til tider kom og gikk alene uten så mye som å snakke med andre enn kelneren). Mannlige informanter fortalte meg at kvinner oppførte seg slik fordi de ønsket respekt og ikke ville nedverdige seg selv ved å sitte med utenlandske enslige menn. Saken forandret seg markant når min norske kjæreste og jeg kom sammen til kafeen, hvor det ofte hendte at vi satt med enslige damer. Dette var forutsatt at min kjæreste og ikke jeg gikk og spurte om det var ledig plass ved bordet. Mine

14 Mérida ligger som sagt på 1600 m.o.h. på ca. 10 grader nord. Dette gjør at klimaet er stabilt året rundt på 20-25 grader. Verdens lengste taubane ligger også her *El Teleferico*, som bringer turister, opp til Pico Espejo på ca. 4.500 m.o.h.

¹⁵ Bilde på forsiden er av Plaza Bolivar med Café Rodos helt til venstre i blide.

mannlige informanter hadde derimot flere kvinnelige venner som jeg ble presentert for og ble relativt godt kjent med. Selv disse hadde jeg problemer å komme i kontakt med uten hjelp fra andre informanter eller min kjæreste. Dette opplevdes veldig rart for meg fordi i de andre miljøene jeg vanket, var det aldri noe problem å komme i kontakt med jenter. Riktignok var konteksten noe annerledes i slike situasjoner, gjerne på en bar eller i et yngre miljø. På Café Rodos derimot, virket det som om det var et annerledes kjønnsrollemønster som rådet, hvor kvinner ikke oppholder seg med ukjente menn i det offentlige rom med mindre det dreier seg om kvinnens mann eller en nær slektning.

Det serveres ikke alkohol på Café Rodos og dette kunne nok føre til at samtalene ble mer seriøse enn hva tilfellet er når det er alkohol med i bildet. Jeg erfarte da også dette da jeg samlet informasjon rundt om på ulike barer. Historier og meninger endret seg ofte eller ble uttrykt mye sterkere over et par pils, og jeg fikk presentert en annen type historier i et mørkt lokale over en øl enn hva jeg gjorde midt på dagen over en kaffe. Således var Café Rodos, både for lokalbefolkningen og meg, et velegnet sted for å møte andre mennesker. Bekjentskapskretsen til de fleste som gikk der daglig var veldig stor, også gjennomstrømningen var høy. For meg opplevdes det ofte som om det var tilfeldigheten som styrte hvem man ble sittende sammen med etter hvilke bord som var ledige. Tross tilfeldigheter greide jeg etter hvert å fokusere mine daglige samtaler på Café Rodos om og rundt *los intelectuales* (de intellektuelle) og deres liv og virke. Lengden på slike møter varierte fra korte fem minutters treff til timelange samtaler, alt etter humør og andre planer for dagen. Møtene var vanligvis ikke planlagt noe mer enn at avskjedshilsenen var: "*hasta mañana!*" (sees i morgen!).

På mine daglige besøk på denne kafeen ble jeg sjelden sittende alene. Enten traff jeg noen jeg kjente eller så var det ingen ledige bord, og jeg måtte be om å få sitte med noen andre. Stort sett var det veldig lett å komme i kontakt med mennesker her, både for lokale og utlendinger, så lenge det ikke var enslige kvinner. Satt jeg meg alene på et bord ville det samme skje med meg, at noen jeg kjente kom eller noen som ikke fant bord ville sitte med meg. På denne måten fikk jeg en stor bekjentskapskrets, og således ble Café Rodos veldig viktig for meg både metodisk og sosialt gjennom hele feltarbeidet. Her kunne jeg prate med alle mulige mennesker som var vant til å prate med fremmede, og dermed var det lett å få innpass. Etter noen måneder ble jeg en del av det faste klientellet, og var det dager jeg ikke stilte opp måtte jeg forklare dagen etterpå hva jeg hadde gjort dagen i forveien (Briggs 1996). Selv ble jeg ofte

presentert som en intellektuell som: *un estudiante de Noruega que le gusta hablar sobre cosas intelectuales* (en norsk student som liker å snakke om intellektuelle tema). Selv om jeg var langt yngre enn de fleste jeg snakket med på kafeen, og ikke kunne sjonglere med det spanske språket på samme måte som dem, fikk jeg inntrykk av at jeg var akseptert, som en venn og en del av fellesskapet rundt Café Rodos. De presiserte ofte overfor meg at jeg hadde mye å lære om republikken Venezuela, og jeg måtte nok finne meg i å tilbringe mye mer tid sammen med de rette personene hvis jeg i det hele tatt skulle ha noe utbytte av oppholdet mitt.

Plaza Bolivar¹⁶

Mine yngre informanter traff jeg vanligvis på Plaza Bolivar som er Méridas sentrum. Plassen er egentlig en liten park med en statue av Simon Bolivar i midten. Det er mange benker på plassen, og dette er et koselig sted å være. Det fungerer også som et møtested for dem som ikke ønsker å møtes på kafé¹⁷ og et sted å møtes før man gikk videre til et annet sted. På dagtid brukes plassen mest som en gjennomgangsåre eller som et sted man kan ta en pause i hverdagen. På kvelden derimot er det et yrende liv av unge mennesker som sitter og prater og hilser på kjente, som et godt alternativ både til kaféer og det å møtes hjemme. Ettersom jeg var mye på plassen, ble jeg kjent med en gruppe ungdommer som hadde til felles at de var veldig opptatt av moteriktige klær. Plassen fungerte som et ypperlig sted å vise seg frem og treffe andre. Samtalene her dreide seg om alle mulige tema, men for mange gikk praten mye i klær og utseende. Jeg var involvert i mange diskusjoner rundt personers stil og hvordan ungdommene vurderte hverandre etter hvordan de var kledd og oppførte seg. Jeg kommer tilbake til ulike lokale kategoriseringer av stiler i kapittel 3 og 4. Ved å være på Plaza Bolivar om kveldene fikk jeg en stor bekjentskapskrets som etter hvert ga meg mye nyttig informasjon om hvordan det opplevdes å være ung i Mérida og om hvordan ungdommer kategoriserer hverandre. Stemningen på Plaza Bolivar var ofte veldig høy da feststemte mennesker passerte plassen til stadighet. Mange forhold ble også innledet her.

¹⁶ Forsidebilde er fra Plaza Bolivar.

¹⁷ Et annet aspekt ved det å gå på kafé er at man må kjøpe noe. Mine yngre informanter hadde veldig lite økonomiske midler og tok seg ikke råd til å kjøpe kaffe hver dag. De var derfor ikke ønsket på flere av byens populære kaféer.

Alfredos

Jeg tilbrakte også mange sene kvelder på puben Alfredos som var samlepunktet til unge og gamle, både *Merideños*¹⁸ og utlendinger. I helgene gikk de fleste her for å drikke øl eller *Cuba Libre*¹⁹ før de gikk på diskotek mens i ukedagene fungerte det mer som et møtested hvor de serverte øl uten den samme feststemningen som det var i helgene. En av de store fordelene med å være på Alfredos for meg, var at her fikk jeg kontakt med mange ulike typer mennesker. Da praten ofte flyter lettere over noen pils fikk jeg også tilgang til en annen type informasjon enn på Café Rodos. Selvfølgelig ble det servert mange ”røverhistorier” på Alfredos men jeg fikk også tilgang til mer personlig informasjon her enn hva som var tilfellet på Café Rodos og på Plaza Bolivar. Et problem med å være på Alfredos var diskusjonene om regningene. Det gikk sjelden stille for seg når selskapet var slutt, og alle rundt et bord hadde drukket på samme regning. Bartenderne tjente dårlig og så ofte sitt snitt til å føre mer øl på regningen enn hva som var tilfellet, samtidig som nesten ingen ville vedgå at de hadde drukket så mange øl som det stod på regningen. I tillegg var det vanlig at jenter ikke betalte noe som helst. Selv om et barbesøk ikke kostet meg så mye penger, måtte jeg være med på diskusjonen rundt regningen for ikke å miste ansikt overfor mine informanter. På Alfredos var det sjelden noe problem å snakke med jenter. Mange jenter var snarere frempå mot utenlandske gutter, i motsetning til den tilbakeholdenhet jeg opplevde på Café Rodos. Jeg vil komme tilbake til dette i kapittel 4.

Sentrale informanter

Jeg har delt informantene mine inn i to ulike grupper. Den ene bestående av ”unge moteløver” og den andre av en gruppe jeg omtaler som *los intelectuales* (de intellektuelle). Disse gruppene har ulike møtesteder, og jeg møtte i hovedsak ”de unge moteløvene” på Plaza Bolivar og *los intelectuales* på Café Rodos. På Alfredos pub var til tider begge gruppene å treffe, i hovedsak de unge, men også *los intelectuales* gikk her for å drikke billig øl.

18 *Merideños* er en lokal betegnelse på folk fra Mérida.

19 *Cuba Libre* er Rom blandet med litt Coca Cola, is og sitron. Navnet til drikken henspeler til Cuba som landet hvor rommen skal ha sitt opphav og *Libre* (frihet) til det å konsumere Coca Cola, USAs mest kjente drikk.

Los intelectuales

Julio

Allerede etter noen få dager i felten ble jeg kjent med en mann med navnet Julio. Julio er i slutten av femtiårene og har en veldig stor bekjentskapskrets. Med bekjentskapskrets mener jeg ikke venner, men folk han håndhilser på og som han slår av en kort prat med når han møter. Julio er utdannet baker, men sluttet å arbeide som baker for rundt 10 år siden og fungerer i dag som *Cronista de Ejido*. Oversatt til norsk kan man kalle dette en offisiell historieskriver, for en landsby som heter Ejido og som ligger noen kilometer vest for Mérida. Denne jobben hadde han fått fordi han hadde stor interesse for landsbyens historie, og gjennom egne studier hadde han tilegnet seg selv så mye kunnskap om hjembyen sin at han kunne mer om stedet enn noen formelt utdannet historiker. Dette var både ifølge ham selv og hans venner. Videre hevdet han at han var intellektuell ettersom at han hadde grundig kjennskap til både regionen og landets historie. Julio var i følge ham selv av den 'gamle skole'. Med det mente han at han ikke var så opptatt av alle de nye inntrykk han fikk gjennom det kommersialiserte massemedia. Julio tjente rundt 400 amerikanske dollar, noe som ikke er så veldig mye hvis man forsørger en familie (noe han delvis gjorde for sin ekskone samt betaling av to barn utenfor ekteskap). Av den grunn spedde han på inntekten med andre småjobber. Mens jeg var der, solgte Julio brukte bøker fra en plastpose som han bar på hele dagen, og han skrev om kveldene. Bøkene var veldig viktige for Julio, ikke bare på grunn av de pengene han tjente på salget, men fordi kundene hans stort sett var akademikere. Salget foregikk på og rundt Café Rodos og en bok som han skulle selge måtte alltid forklares grundig. Han solgte alle typer bøker, men nasjonale historiske bøker var det han solgte mest av. Dette er også det feltet Julio interesserer seg for, og han kunne presentere en bok i lang tid før kjøperen fikk anledning til å si om han ville kjøpe boken eller ei. Julio trivdes derfor veldig godt i rollen som min læremester om Venezuelas historie. Han hadde økonomiske problemer gjennom hele feltarbeidet og ba ofte om lån fra meg. Et problem jeg ikke tenkte på ved å låne ham penger, var at det for ham var en nedverdiggende handling å låne penger av en mye yngre utlending, og derfor unngikk han meg til han hadde mulighet til å betale tilbake, selv om jeg aldri nevnte pengene.

Carlos

Carlos (45) var den mest velkledde og elegante sammenlignet med de andre jeg kaller for *los intelectuales*. Han var alltid kledd i mørk dress og hadde mørkt flott hår, alltid med korrekt vannkjemmet bakoversveis. Carlos kjente de fleste og jobbet febrilsk for å bli godtatt. Han var alltid mer opptatt enn de andre, men det var vanskelig å få fatt i hva han egentlig holdt på med. Hans største hendelse de senere år, var da han fikk i oppdrag å designe det nye flagget til delstaten Mérida. Selv mente han at dette hadde gitt ham en heltestatus i byen. Carlos fløt på dette og på andre små prosjekter, det være seg foredrag, små bøker hvor hans navn var nevnt eller artikler han hadde skrevet. Prosjektene var ikke så store, men han var alltid der ting skjedde. Byadministrasjonen betalte ham penger som *Cronista*. I motsetning til Julio jobbet ikke Carlos med kronologisk historieskriving for byen, men med det han selv kalte; *cosas culturales* (kulturelle saker). *Cosas culturales* er alle mulige typer hendelser som defineres av den ”legitime” kultur som kulturelle. For å spe på inntekten solgte han forsikringer.

Alfredo

Alfredo (41) syntes på meg som en spesiell person de første dagene jeg ble kjent med ham, men da jeg lærte ham bedre å kjenne, viste han seg å være en ganske omgjengelig person som til tider var litt vel begeistret for alkohol. Alfredo var en litt utenfor i *los intelectuales* gruppen, både fordi han var yngre enn de fleste andre og fordi han drakk for mye. Jeg merket meg flere ganger hvordan Alfredo ble sanksjonert av de andre ved at de overså ham dersom han var beruset. Berusede menn passet ikke inn i sjargongen på Café Rodos, ble jeg forklart. Alfredo og jeg tilbrakte allikevel mye tid sammen, både på Café Rodos og på barer hvor ølprisen var lav. Noen ganger opplevde jeg at vi hadde et fint vennskap, mens andre ganger når Alfredo var full og kun spurte meg om mer penger til øl, tenkte jeg på ham kun som en informant. Slik hadde vi gjensidig utbytte av vår relasjon. Alfredo er på mange måter en avviker. Han har lengre hår enn de fleste, fint kledd men i gamle klær og alltid slepende rundt på en stor fotobag full av bøker. Alfredo er kanskje den i gruppen med størst interesse for skjønnlitterære bøker.

”De unge moteløvene”

Javier

Javier er en ung deltidsarbeidene gutt. Han er 18 år og er yngst av fire søsken. Faren døde i en trafikkulykke da han var liten og moren har ikke giftet seg på ny. Moren jobber i en skoforretning. Hun tjener ikke nok til å forsørge de fire barna så hennes avdøde manns familie har støttet henne økonomisk, samt at barna hennes jobber istedenfor å studere. Javier hadde tross sin unge alder, allerede hatt mange jobber. Han jobbet lenge på en klinikk hvor han tok blodprøver, noe som krever et tre ukers kurs. Han fikk sparken, av ukjente årsaker, og har siden jobbet i restaurantbransjen hvor han tjener svært lite. Javier har ikke så mye penger, men er svært forfengelig. Dersom han har penger kjøper han alltid klær for pengene, i følge ham selv. Javier var å treffe på Plaza Bolivar hvor han var en av de mest dominerende aktørene. Mitt inntrykk var at han kjente nærmest alle som daglig var der.

Liliana

Liliana er en av mine få kvinnelige informanter. Hun er 28 år og er født og oppvokst i Mérida hvor hun har bodd hele sitt liv, bortsett fra to år som hun tilbrakte i England. Hun er utdannet lærer og underviser samt at hun serverer på en kafé i helgene. Tidlig på 90-tallet traff hun en ”backpacker” som var på rundreise i Sør-Amerika. Hun ble forelsket og flyttet med ham til England, hvor han forsørget henne. I England lærte hun seg bedre engelsk og jobbet som spansklærer. Hun fortalte meg at før hun traff sin engelske kjæreste, hadde hun hatt forhold til flere utenlandske gutter. I dag har Liliana en tysk kjæreste som bor i Mérida, noe som hun selv synes er genialt fordi hun kan være med en europeer og reise til Europa en gang i året, men likevel bo i Venezuela. Liliana var en av de eldste som oppholdt seg på Plaza Bolivar sammen med Javier.

Jorge

Jorge er 24 år og bestekameraten til Liliana og Javier. Jorge har gått i lære som treskjærer hvor han har lært å skjære trefigurer. Han jobber som kelner og i en suvenirbutikk. Jorge bor hjemme hos sine foreldre som holder ham med kost og losji. Det lille han selv tjener av penger bruker han på moteriktige klær. Han er alltid velkledd med stadig nye klær. Jorge har ikke kjæreste og tilbringer sine kvelder på Plaza Bolivar hvor han prater med sine venner og

treffer nye. Han har ofte en imponerende oversikt over hvem som er hvem og vet alltid hvor ulike utlendinger kommer fra, men som Javier har han et problem med å kommunisere med dem siden hans engelskkunnskaper er svært begrensede.

Jesus

Jesus er 18 år og bor hjemme hos sin mor og stefar. Han har nettopp avsluttet videregående skole og har et friår mens han venter på å begynne på universitetet. Jesus har en deltidsjobb på et teknisk museum hvor han presenterer kjemiavdelingen. Kjemi er også det han tenker å studere ved universitetet. Jesus tjener penger til å bruke på kaféer og barer mens moren betaler klær og mat for ham. Javier har mer økonomiske midler enn hva tilfellet er for Javier og Jorge, samt at moren har betalt engelskkurs for ham slik at han med letthet kan kommunisere med utlendinger som ikke behersker spansk.

Posisjonering

Posisjonering er et uttrykk for å kunne se sammenhenger på ulike måter (Moore 1994). Aktører i samhandling relaterer seg til hverandre, til handlinger, til gjenstander og meg som en utenlandsk mann. Således vil de mennesker en observerer alltid være posisjonerte, eller posisjonere seg selv, i forhold til hverandre, og derfor må det man lærer sees i forhold til den posisjonen den observerte aktør har i spesifikke situasjoner (Moore 1994).

Språket i Venezuela er som kjent spansk, og nesten all min omgang med venezuelanere foregikk på spansk. Ofte møtte jeg unge gutter som ville praktisere sine engelskkunnskaper med meg, men etter litt tid gikk også kommunikasjonen over til spansk i samtaler med dem. Jeg snakker bra spansk, men ikke som en venezuelaner. Derfor har jeg nok gått glipp av ulike nyanser i samtaler jeg har hatt gjennom feltarbeidet. På den annen side var mange av mine informanter veldig interesserte i det jeg holdt på med og tok seg derfor god tid til å forklare kompliserte monologer. Til tross for at jeg ikke har spansk som morsmål opplevdes ikke dette som noe stort problem. Jeg deltok også på kurs både for å lære mer spansk og for å lære mer om regionen. Jeg gikk på en språkskole som også underviste lokale i engelsk og fikk således kontakt med mange venezuelanere som etterhvert utvidet min kunnskap om hvordan folk

oppførte seg i Mérida. På språkskolen som lå midt i sentrum fikk jeg også kontakt med noen av dem som senere viste seg å være veldig nyttige informanter.

Et feltarbeid er i stor grad bygget på å etablere relasjoner mellom forsker og informanter slik at en vellykket samhandling kan bli mulig. En må også være observant på at en selv blir plassert inn i en kategori av de man studerer ved at de forholder seg til antropologen på en annerledes måte enn hvordan de forholder seg til lokale. Ettersom det er nokså vanlig med unge europeiske menn på kaféer og barer i byen, ble det enklere for meg å få innpass da det allerede eksisterte en kategori som jeg kunne bli plassert inn i.

I følge Hammersley & Atkinson (1987) må feltarbeideren innse den refleksive karakteren i all samfunnsforskning. Det vil si at han må innse og ta i betraktning at vi deltar i den sosiale verden vi studerer. Forskeren vil aldri kunne stille seg helt utenfor, om det er et feltarbeid innenfor egen kulturkrets eller mer eksotiske vil han heller aldri helt unngå å virke inn på de sosiale fenomener som blir undersøkt (Hammersley & Atkinson 1987). I starten av feltarbeidet prøvde jeg å understreke at jeg var ”studerende” og ikke ”reisende”, men jeg skjønnte fort at de jeg tok kontakt med behandlet meg på samme måte uansett. Etter noen måneder i felten kjente jeg de fleste på stamkaféen min, og jeg forstod at jeg etter hvert ble behandlet på en annen måte fordi jeg ikke ble sett på som en fremmed lenger. Ved å være samme sted hver dag i flere måneder, ble folk ikke bare kjent med meg, men de ble også vant til at jeg stilte mange spørsmål og ofte noterte ned noe av det de fortalte. Mange av mine eldre informanter uttrykte til og med bekymring overfor meg når jeg ikke noterte det de syntes var viktig. Således fikk jeg en større grad av innpass i deres daglige samtaler, ikke kun ved å stille andre spørsmål, men ganske enkelt ved å tilbringe mye tid sammen med dem, samt å fortelle om meg selv, hvor jeg kom fra, hvem jeg var, hvor stor familie jeg hadde osv. Gjennom å fortelle om meg selv og svare ærlig på deres spørsmål ble barrierene etter hvert mindre. Vi kom nærmere hverandre og ble mindre formelle i våre sammenkomster. (I øyeblikk da jeg savnet Norge kan det nok tenkes at jeg har snakket mye positivt om Norge fordi flere av mine informanter i ettertid har vist en mistenkelig stor interesse og kunnskap om Norge).

Ved halvgått feltarbeid fikk jeg besøk av min mor og min søster. Jeg presenterte dem for mine nærmeste informanter, og de ble veldig godt mottatt. Etter dette besøket gav flere av mine informanter uttrykk for at ved å møte min mor (som ikke snakker spansk og som derfor hadde liten mulighet til å kommunisere med dem) at jeg skilte meg fra den vanlige turist som

bare kom til byen og reiste uten at man visste noe mer om personen. Jeg ble definert som en *hombre normal como nosotros* (en vanlig fyr, slik som oss). Jeg hadde jo også en mor som fortalte meg hva jeg skulle gjøre og kjøpe, slik mødre gjerne gjør. Dette gjorde rollen min som antropolog lettere, fordi jeg etter hvert ble sett på som mindre ulik dem.

Gjennom feltarbeidet fikk jeg bekreftet at forskjellen mellom fattig og rik er enorm. En liten elite er nærmest usynlig fordi de oppholder seg mest på ”Country Club” og andre arenaer de aller fleste ikke har tilgang til. I ferier og helger kan man likevel møte dem kjørende i sine store biler rundt på de fineste utfartsstedene. Den fattige delen av befolkningen er mer synlig i bybildet, men skiller seg ikke så mye ut fra den øvrige middelklasse, som er den gruppen jeg har hatt mitt fokus på. Den lokale inndelingen av venezuelansk middelklasse er *media baja*, *media*, *media alta* (lavere-, middels- og øvre middelklasse). Disse lokale distinksjonene refererer stort sett til inntekt og bosted, men utdanning kan også bety noe for inndelingen i klasser. Felles for hele denne gruppen er at de som virkelig er rike blir omtalt som *la clase alta* (overklassen) i en negativ vending. De fattigste som bor i slummen rundt de store byene, Caracas, Maracay, Valencia og Maracaibo eier veldig lite og har få muligheter til å avansere oppover i systemet til en lettere økonomisk hverdag. De rike derimot, forblir rike. Middelklassen er en relativt stor gruppe med liten politisk makt. For de fleste er bildet utad overfor venner og naboer viktig for å vise om familien gjør det bra eller dårlig på en økonomisk skala. Hvordan de og presenterer sin egen økonomiske situasjon er interessant for meg fordi det kan gi utvidet kunnskap om hvordan det er å leve i et samfunn som har vært preget av nedadstigende økonomiske premisser. Et kjennetegn for middelklassen er at medlemmene er opptatte av å presentere positive aspekter ved seg selv overfor andre, for eksempel med hensyn til hvilken utdanning de selv eller deres barn har, hvor de har vært og hvem de kjenner. Det er også viktig å fremheve hva de foretok seg mens landet hadde en bedre økonomi, og deres kjøpekraft var bedre.

I dette kapitlet har jeg presentert felten, informantene mine og en del metodiske aspekter ved min feltarbeidsituasjon. I neste kapittel vil jeg se nærmere på utgangspunktet for konsum i forhold til lykkeaspekter i informantenes hverdag.

Kapittel 3:

KONSUM OG DRØMMEN OM LYKKE

I dette kapittelet vil jeg ta i bruk begrepet konsum som et analytisk verktøy for å få et inntak til kunnskap om sosiale fenomener rundt det å tilegne seg sosial prestisje i lokal samhandling. Konsum sees ikke på som materiell behovtilfredsstillelse, men som et mønster av tegn der konsumsituasjonen er en viktig identitetskonstruerende faktor (Friedman 1994). Dette ser jeg i lys av globalisering og moderniseringseringprosesser. Videre presenterer jeg eksempler på hvordan noen av mine informanter ser på ulike konsumprodukter og bruk av dem som spesielt prestisjefylte. For å få forståelse av konsum som et sosialt fenomen, ser jeg se på motiver og strategier som ligger til grunn for konsum.

Jeg konsentrerer meg om årsaker til konsum av ulike goder og hvilke sett av meningsdannelser som skjer i forbindelse med det å konsumere ulike goder. Å være konsument er å være produsent av tegn, og konsumet kan sees på som et spill med tegn (Baudrillard 1998). Den mening som kommuniseres uttrykker forskjeller og kan formidle maktforhold som ikke er tilknyttet økonomiske verdier, men symbolske fortolkninger av konsum (Baudrillard 1998). Særskilte varer blir av mange knyttet til særskilte verdier og moral; er det da slik at hva man kjøper, blir man? Et vanlig utsagn er at ”ting skaper folk”. Dette henspeiler på hvem man selv er, hvem man prøver å utgi seg for å være og hvordan andre tilskriver eller eventuelt fraskriver et menneske sosiale verdier på bakgrunn av hva de eier eller konsumerer. Gjennom å se på konsum som mønster av tegn; hvilket innhold og uttrykk som tillegges konsumerte goder, og det å konsumere dem, eller å la være å konsumere dem, søker jeg økt innsikt i mine informanters meningsdannelser i hverdagen. På grunnlag av manglende data på dette feltet vil jeg ikke gå inn på en semiotisk analyse av tegnenes relasjoner, men vil kort belyse dette tema med den hensikt å beskrive hvordan tegn kan fortolkes. Jeg vil i samsvar med Heradardstveit og Bjørge forstå et tegn som "(...) noko som står for noko anna, eit uttrykk som står for eit innhald" (Heradstveit & Bjørge 1992:21). Denne definisjonen bygger på en modell av C.S Pierce om hvordan mening oppstår gjennom

bruk og tolkning av tegn (i Heradstveit & Bjørgo 1992). Semiotikken forutsetter at det i all kommunikasjon eksisterer underliggende kulturelle koder som bestemmer hvordan vi tolker språklige og ikke-språklige utsagn. Pierce' modell av hvordan tegn får mening er tredelt, med tegn, objekt og interpretant, hvor interpretanten ikke er den samme hos mottakerene eller tolkeren av tegnet men et uttrykk for tolkingen eller ideen tegnet produserer hos mottakeren (Heradstveit & Bjørgo 1992). For å forklare hva et tegn står for, trenger vi ikke vise til objektet, men kan bruke et annet tegn, som igjen kan forklares med et nytt tegn. Modellen til Pierce blir således dynamisk, og han kaller dette for en "uendelig semiose" (Heradstveit & Bjørgo 1992). "Interpretanten er ei tolkning eller ei omsetjing av teiknet, og er difor meir enn eit synonym. Til denne tolkninga må vi nytte andre teikn, som igjen blir tolka ved hjelp av nye teikn, og så vidare i ein uendeleg prosess" (Heradstveit & Bjørgo 1992:29).

I dette kapittelet vil jeg se på hvilke meningsaspekter som tillegges det å konsumere utenlandske varer kontra nasjonale. I Pierces analyse kan vi kalle slike meningsaspekter for tegnets interpretant (Heradstveit & Bjørgo 1992). Hvilken mening folk tillegger ting er ulike, men det kan synes som om noen ting gis egenskaper som gjør tingene prestisjefylte, som tingens sosiale rolle (Douglas & Isherwood 1979). Jeg vil også presentere en gruppe (*los intelectuales*) som ønsker å presentere seg selv som 'ikke konsumerende' i den forstand at de kun konsumerer goder som i minst mulig grad gir andre mennesker konnotasjoner om sosial status, posisjon, rang og anseelse. Ettersom denne gruppen var opptatt av å ikke konsumere, kan kunnskap sees på som et tegn med et aspekt av rang. Aspektet av rang manifesterer seg i hvordan informantene behersker stilen, selve "kunnskapsbeherskelsen". Hvordan andre oppfattet deres handlinger og uttalelser kan i denne sammenheng sees på som en interpretant, altså forståelsen av et tegn gjennom et nytt tegn tolket av mottakeren (Heradstveit & Bjørgo). Jeg vil komme tilbake med en grundigere beskrivelse av denne gruppen i kapittel 5.

Jeg har kategorisert mine informanter i to hovedgrupper, eller som to ulike stiltyper man kan presentere seg selv gjennom. De "unge moteløvene" består av relativt unge²⁰ mennesker med stor sans for det å konsumere et spesielt sett av goder, i hovedsak moteriktige klær, for å blant annet symbolisere at man lever i takt med den moderne verden. Den andre gruppen er *los intelectuales* som er en samling voksne²¹, som ved hjelp av søken etter kunnskap forsøker å frigjøre seg fra den "kapitalistiske konsumkarusellen" og etablerte utdanningsnormer ved å

20 De unge i denne sammenheng er personer sent i tenårene og tidlig i tjuårene.

21 Denne gruppen er i aldersgruppen 35 til 60 år.

bruke alternative faktorer for å øke sin prestisje i det lokale nærmiljøet. Disse to måtene å projisere bilder av seg selv på, er ikke like gangbare i alle kontekster, men jeg vil gjennom avhandlingen hevde at de er sammenlignbare til tross for at det ved første øyekast kan virke som to motstridene måter å uttrykke seg på.

Konsum og sosial mobilitet

Hvordan foregår individets valgprosesser i et markedsøkonomisk system hvor nærmest alt kan kjøpes for penger? Dersom man har lite økonomiske ressurser i et slikt system hvordan, oppfører man seg da i det offentlige rom? Vil man gi folk inntrykk av at man har penger til å kjøpe dyre ting eller vil man bruke de pengene man har til nødvendige goder, istedenfor luksusgoder som man strengt tatt ikke har bruk for men som sender ut bestemte/ønskede signaler i samhandling? I et marxistisk perspektiv sees konsum som en funksjon av produksjonen i form av reproduksjon av konsumenter hvor produsentene gradvis mister kontroll over de produktene de produserer. I et kapitalistisk system, i følge en marxistisk analyse, blir konsum ofte redusert til et spørsmål om hvordan de som styrer produksjonen, styrer de konsumerende via markedet for å skape og opprettholde et marked av ikke livsnødvendige goder (Friedman 1994). Friedman understreker at konsum av ikke livsnødvendige goder i et slikt perspektiv må forstås som et resultat av lureri, en psykologisk manipulering av markedsundersøkelser som kan bekrefte produksjonen (Friedman 1994). Således må kapitalismen lage et system av materielle behov for befolkningen for å opprettholde deres evigvarende behov for kapitalakkumulering (Friedman 1996). Kapitalismens logikk er fordret på ekspansjon både i form av salg og nye markeder som igjen er fordret på at menneskets behov er uendelig. På denne måten vil aktører hele tiden være konsumenter for kapitalismen når de velger å bruke sine penger på et produkt fremfor et annet. Spørsmålet om hvorfor akkurat et produkt er overlegent et annet, kan sies å være kapitalismens grunntanke for markedsføring. I mange tilfeller kan markedsføring av et produkt synes lik verden over uten hensyn til kulturelle ulikheter. Et slikt syn på konsumenten kan derimot redusere aktørens betydningen i konsumsituasjonen, som et individ som konsumerer det markedsførerne overbeviser dem om å gjøre.

Et annet aspekt ved konsum er at meningen som tillegges varen ofte varierer i ulike lokaliteter, slik at produkter gis en annen mening enn markedsførernes intensjoner var. Jeg vil gi eksempler på at betydningen av å konsumere visse produkter står svært sentralt i venezuelansk hverdagsliv. I mange tilfeller blir markedsførers intensjoner med produktet ofte brutt ned og varen blir gitt en helt annen mening. Dette avhenger av såkalte ”*local values*” og ”*local meanings*” (Wilk 1994). Således kan man si at hvilke meninger en vare blir tillagt i et avgrenset miljø, eksempelvis klær som man kan velge å bruke eller la være å bruke, kan være ulik innenfor forskjellige sosiale felt. Konsum som en sosial prosess lar seg best analysere som en kulturspesifikk prosess fremfor en universell. Med andre ord, tolkninger av tegnet varierer i ulike sammenhenger ved hjelp av andre tegn i en dynamisk prosess. (Heradstveit & Bjørge 1992).

Er det således kjøpekraften som styrer i hvor stor grad man kan endre sin sosiale posisjon ved hjelp av å konsumere de rette produktene? Mange opplever at det er slik fordi de antar at det er på denne måten verden fungerer, ikke eksplisitt, men implisitt gjennom handlinger rettet mot et marked. Det kan synes som om ønsket om høy kjøpekraft og hva man konsumerer, i hovedsak er et middel for å oppnå et mål om å kunne presentere seg selv som den man ønsker å være, som for eksempel mer velstående eller finere enn hva man er. Progresjon er sentralt i en slik sammenheng og det er vesentlig hvorvidt man beveger seg oppover eller nedover i det sosiale hierarkiet (Newman 1988).

Newmans bok ”*Falling from Grace*” (1988) er en studie av hvordan mennesker håndterer endringer og forverring av sosial status, som medlemmer av middelklassen i USA. Newman fokuserer på hvordan folk aktivt konstruerer sin verden gjennom moralske narrativer når det ikke finnes en felles symbolsk forståelse av den situasjonen de er kommet i. Det finnes ulike metaforer på suksess og framgang, men nedadstigende mobilitet og forverring av den materielle status, har ikke det samme metaforiske rammeverk. Newman belyser behovet for å knytte narrative til sosiale forhold og til folks symbolske konstruksjoner i opplevelsen av endring. De beretningene som konstrueres er et slikt forsøk på å skape en viss moralsk orden og oversikt i den nye tilværelsen og narrative framstår slik som moralske ordninger av verden. Mennesker er aktive skapere av sin egen livsverden, og meningen i den må sees i lys av sin sosiale kontekst. Newmans tilnærming kan være hensiktsmessig for min analyse av selvpresentasjoner i form av høyt konsum, der aktørene prøver å skape inntrykk av at de er mer velstående enn hva de er. Dette er svært vanlig blant mange venezuelanere ettersom de

har fått senket sin kjøpekraft de senere år. Jeg vil vise ulike prosesser mine informanter blir en del av i deres forsøk på å håndtere slike utfordringer.

Søken etter "det gode liv"

Det har vært gjort flere forsøk på å forklare hvilke motiver som ligger bak konsumhandlinger. Sombort (Appadurai 1988) antar at det ligger en underliggende trang til å konsumere luksusgoder grunnet erotisisme, mens Veblen (Friedman 1994) mener at motiver for konsum stammer fra assosierte ønsker om å engasjere seg i etterlignelser fra den rike elite. Ulike motiver for konsum, ser jeg på i forhold til hvordan konsum av spesielle goder gir et grunnlag for selvpresentasjon, rangering og tilhørighet. Underliggende motiver og uttrykte motiver for konsum kan ofte være ulike. Jeg vil i hovedsak forholde meg til uttrykte motiver for konsum samt hvordan mine informanter ser på hverandres konsum. Jeg mener at mye av motivene bak konsum i Venezuela er et ønske om å leve opp til en drøm om 'det gode liv'. Drømmen om 'det gode liv' ser jeg på som individers ønsker og drømmer om å leve livet sitt på en annen måte enn det de gjør. Som oftest er slike drømmer basert på et ønske om tilgang til større økonomiske ressurser slik at det blir mulig å leve et spesielt type liv, være en spesiell type person, leve ut bestemte handlinger for å oppnå spesielle mål. Både på Café Rodos og Plaza Bolivar var det uttrykte målet basert på et ønske om å leve *la vida moderna* (det moderne liv), enten prestisje ble knyttet opp mot konsum av spesielle goder eller prestisje til kunnskap og det å være intellektuell.

Jeg hevder i samsvar med Friedman (1994) at konsum må forstås i en kontekst av livsstrategier om, og konstruksjoner av, meningsfulle eksistenser. Friedman argumenterer for at begrepet best kan brukes til å gripe fatt i konsumentens sosiale behov. Ikke bare subjektive interesser, men behov for sosial anerkjennelse, og det å være en del av noe og ikke bli ekskludert. Konsum kan også sees på mer som variasjoner av sosial praksis enn frigjøring av menneskelige behov. I tillegg kan man se på etterspørsel som en kombinasjon av sosial manipulering til begjær etter objekter som blir tilbudt (Friedman 1996).

Como viene la suerte²²?

Ideen om lykke og hell står sterkt i den venezuelanske hverdag. Lykke sees på som noe man kan oppnå både gjennom følelser av skjebne og ved å foreta de ”riktige” handlingene. Ved å foreta seg de ”riktige” handlingene oppnår man andres anerkjennelse og respekt, og dermed økes også selvrespekten. I hjemmene jeg besøkte, fantes det ofte mange symboler på hvordan man skal oppnå lykke og hell. Både lykkeamuletter og gudebilder var eksempler på dette. I de fleste hjem jeg besøkte i Mérida, fantes det bilder av frigjøringshelten Simon Bolivar på veggen. Bolivar fungerer som et tegn på styrke og klokskap (Briceño 1993 [1951]). I følge informantene mine vil et av bilde av Simon Bolivar på veggen, hjelpe dem som bor i huset til å oppnå en høyere grad av hell og lykke i livet. Midt på Plaza Bolivar er det en stor statue av Simon Bolivar til hest²³. Hundrevis av personer passerer statuen hver dag, men nesten ingen går bak ham fordi det innebærer *mala suerte* (uflaks). Slik må Bolivar forstås som et viktig symbol for hell og lykke.

Imidlertid var det vanligste fysiske lykke objektet er *pozo de la fortuna* (lykkebolle), en bolle fylt med ris og mynter. Risen symboliserer mat og derav helse, mens myntene symboliserer at man skal tjene mye penger og dermed oppnå mer lykke. Det å oppnå lykke er sterkt forbundet med en god økonomi, eller rettere sagt, drømmen om å ha mye penger synes som et tegn på lykke for dem som har relativt lite. Informantene mine fortalte meg at ved å ha denne bollen i huset og la pengene og risen gli gjennom hendene med jevne mellomrom, er muligheten større for å oppnå god helse (nok mat) og mer penger, og derav lykke. Dette henger sammen med en annen forestilling om hva som er viktig i livet og hvordan man kan oppnå det, *salud* (helse) *dinero* (penger) og i tillegg; *amor* (kjærlighet). Et eksempel på deres betydninger er hvordan de bruker disse begrepene når en person nyser. Ved et nys er det en vanlig høflighetsfrase i Norge å si; *prosit*,²⁴ til dem som nyser. I Venezuela finnes det et sett garderinger ved nysing. Nyser man flere nys etter hverandre blir det første kommentert med *salud* (helse), det neste med *dinero* (penger) og nyser man tre etter hverandre, hvilket er sjeldnere, oppnår man *amor* (kjærlighet). Jeg ser på dette som en folkelig overtro som vel og merke blir brukt i en spøkefull tone, men allikevel ser ut til å være felles for venezuelanere jeg var i kontakt med. Tolker man disse utsagnene kan man si at helse er det viktigste for å

22 ”Hvordan kommer lykken?”. Dette må sees i forhold til skjebne.

23 Se bilde på forsiden

24 *Prosit* betyr oprinnelig ”gid må det gagne” (Aschehoug & Gyldendals leksikon 1992)

overleve og derfor ønsker man sin neste dette først. Penger sees også som viktig for å oppnå lykke i livet og det er noe som er vanskelig å oppnå. Man må nyse to ganger på rad før denne lykkeønskingen blir uttalt. Det som kanskje er vanskeligst og mest ukontrollerbare fenomenet i menneskets søken etter lykke, er kjærligheten. Derfor sier man *amor* (kjærlighet) ved det tredje nyset når en person nyser tre ganger på rad.

I følge Michael T. Taussig (1987) henger slike sett av lykkeønskninger sammen med den katolske tro, men han kaller det ikke *catolisismo popular* (folkelig katolisisme) eller synkretisme. Han ser slike handlinger i et perspektiv han kaller avansert sosial ideologisk mystifisering. Taussig (1987) prøver å forklare forholdet mellom oppfatninger om djevelen og de hemmelige djevelritualene som blir utført i bolivianske gruver. Taussig (1987) ser djevelritualene i sammenheng med de materielle forholdene gruvearbeiderne er underlagt. Gjennom kapitalistisk utbytting økte de sosiale motsetningene, og Taussig hevder at lidelsen og fremmedgjøringen kommer til uttrykk i djevelritualene. Ser vi dette i sammenheng med ideen rundt lykke som noe man ikke styrer, kan vi se fellestrekk ved å tenke om lykke som noe man oppnår uten stor egen innsats. Det jeg her har omtalt som klassisk amerikansk moral om å være ”sin egen lykkes smed”, passer dårlig inn i et slik verdensbilde. Dette underbygger også *merideños* forestilling om *la vida moderna* (det moderne liv), hvor aktørene handler for å oppnå materielle goder. Ideen om *la vida tradicional* (det tradisjonelle liv), derimot, henger sammen med overtro. Likevel er det nettopp overtroiske symboler som ofte tas i bruk for å oppnå ”den moderne lykke”. Informantene mine refererte ofte dikotomien moderne – tradisjonell for å forklare hvor moderne de selv var. Dikotomiseringer kan føre til at man går glipp av mange kulturelle spenninger og at man mister en del av kompleksiteten. Likevel er dikotomisering, og annen form for kategorisering viktig for mennesker som ønsker å skape orden og forutsigbarhet i en ellers komplisert verden (Jenkins 1996).

For å vise betydningen av lykke og lykkeønskninger vil jeg gjennom et case som *Pozo de la fortuna* vise hvordan deres forklaringer om oppnådd lykke henger sammen med en persons handlinger.

Pozo de la fortuna

Cecilia er mor til en av ”de unge moteløvene”, Jesus. Hun har to gutter utenom ham og bor svært nær Plaza Bolivar. Alle tre guttene bor hjemme. Den eldste jobber ved universitetet og betaler for å bo, mens de to andre lever av morens penger. Cecilia jobber ikke, men får penger av sin tidligere mann, sin nåværende mann og sin eldste sønn som betaler henne for å bo hjemme, samt at hun og tre søstre eier en leilighet som de leier ut sammen. Cecilia klassifiserer seg selv inn i den lokale klassekategorien *clasa media*. Hennes økonomiske situasjon er relativt bra, og hun har råd til sende sine sønner på engelskkurs. Jeg ble godt kjent med hennes sønner og de inviterte meg ofte hjem hvor Cecilia alltid var å treffe. Der var hun ”sjef” og omtalte seg, *La señora de la casa* (huset frue) ville alltid lære meg om venezuelansk tradisjon når jeg var på besøk.

Hun forklarte meg hva *pozo de la fortuna* betydde og hvor viktig det var å la risen og pengene gli gjennom hendene, daglig. Hun oppfordret også meg til å gjøre dette, hvilket jeg gjorde. Hun mente at jeg burde ha en slik i mitt hjem, noe jeg ikke syntes var nødvendig. Derfor lagde jeg ingen slik bolle. Etter noen uker fikk jeg akutte økonomiske problemer med Statens Lånekasse for utdanning som finansierte mitt opphold i Venezuela. Jeg hadde lite penger fra før, og jeg befant meg i en situasjon hvor jeg måtte spare penger. Jeg fortalte dette til Cecilia, og hun konkluderte straks med at det var fordi jeg manglet en bolle med ris og penger. Dette medførte at jeg ikke hadde hellet med meg økonomisk. Hun mente at hvis jeg på mine daglige besøk hos hennes familie lot fingrene gli gjennom risen og pengene i hennes *pozo de la fortuna*, ville ting bli bedre. Denne bollen var kun for familiens medlemmer, men Cecilia sa at hun kunne være min venezuelanske mor slik at jeg kunne bruke magien i hennes *pozo de la fortuna*. Jeg gjorde som hun sa, og etter noen uker viste deg seg at Lånekassen høyst uventet kom meg til unnsetning. Cecilia var ikke i tvil om at årsaken til at jeg fikk penger, var at jeg hadde vært hos henne og latt fingrene gli gjennom risen og pengene, og at jeg derfor oppnådde *mucha suerte* (mye lykke) ved å motta uventede penger.

Når slike ting skjer er det naturlig å søke forklaringer, hvor den vanligste forklaringen kan være flaks eller tilfeldigheter²⁵. Både Cecilia og jeg er klar over at det ikke nødvendigvis er en sammenheng mellom å la penger og ris gli gjennom hendene og det å motta penger fra Statens Lånekasse, men det som er interessant i denne sammenheng er forklaringsmodellen hennes. I caset ovenfor forklarer Cecilia løsningen på min økonomiske situasjon ved hjelp av overtroiske symboler for at lykken/hellet (i dette tilfellet penger) skulle være med meg. Hun får også bekreftet sine spådommer ettersom jeg uventet mottok mer penger. Innenfor naturvitenskapen blir forståelse forklart utfra årsak-effekt relasjoner. Imidlertid kan mennesker de fleste steder ofte basere deres søken etter forståelse på mer mystiske sammenhenger gjennom fysiske hendelser og sosialt liv. I Venezuela blir *Dinero* (penger) ofte sett på som en kilde til *amor* (kjærlighet), og penger blir således sett på som et middel for å oppnå lykke.

Hvorfor tenker folk slik de gjør i forhold til hvordan de oppnår lykke i denne sammenhengen? I sin artikkel "Thick description" hevder Clifford Geertz (1973) at:

"(...) man is an animal suspended in webs of significance he himself has spun, I take culture to be those webs, and the analysis of it to be therefore not an experimental science in search of law but an interpretative one in search of meaning" (Geertz 1973:5).

I caset ovenfor ser vi at Cecilia 'spinner' "webs of significance" inn i min økonomiske situasjon. En hendelse blir forklart gjennom en helt annen hendelse – det at jeg bruker hennes metoder for å oppnå lykke. Dette blir ikke sett på som urimelig, men som en fornuftig forklaring. Selv om mye latter og vitser senere baserte seg på denne hendelsen, ble den ikke sett på som noe spesielt bortsett fra at de mente jeg som utlending nå skjønnte mer om hvordan det var å leve i Venezuela, og at jeg derfor måtte følge deres tradisjoner for at det skulle gå meg vel.

25 "Tilfeldighetene er våre venner" skrev Erlend Loe i en artikkel i aftenposten (23.08.00) som kårer rundt hvordan vi later til å fokusere mer på positive eller negative tilfeldigheter enn de tilfeldighetene som er uten sammenheng

Å spinne "webs of significance" er ikke vilkårlig, men basert på flere aspekter ut i fra hvem man er, hvem man ønsker å være og hvordan andre mennesker oppfatter individers handlinger. Et viktig aspekt i en slik sammenheng er hvordan individuell frihet til å spinne slike "webs of significance" er begrenset gjennom folks forståelser av systemer som er allment akseptert. Vi 'spinner' ikke disse "webs of significance" ut fra ingenting, men gjennom teknikker og stiler som kommer til uttrykk gjennom en symbolsk form i det sosiale miljø vi lever i. Med dette mener jeg at folk har sin egen forståelse av hva som er felles for dem og bruker dette til å skille mellom "oss" og "de andre", noe som fungerer som et sett av kjøreregler for personlig utfoldelse. Mange av mine informanter utfordret disse kjørereglene ved å finne miljøer hvor de kunne få positiv aksept for verbale eller fysiske (klær) uttrykk. Dette har sammenheng med at man til en viss grad bør holde seg innenfor normer og regler for sosialt liv i sitt miljø for å unngå sanksjoner og opprettholde sosialt aksept for seg selv. Vi kan likevel ikke forvente at individuelle medlemmer av en gruppe er kulturelt identiske. Hva kultur måtte være, ut i fra Geertz (1973) sine betraktninger, kan vi best konseptualisere ved å se på kultur som en pågående produksjonsprosess hvor "webs of significance" blir 'spunnet' ut fra et mangfold av individuelle 'spinnere' som gjør det mulig for dem å takle eksistensielle problemer og materielle behov, for eksempel vedrørende ønsket om penger.

"The whole point of a semiotic approach to culture is, as I have said, to aid us in gaining access to the conceptual world in which our subjects live so that we can, in some extended sense of the term, converse with them" (Geertz 1973).

Ønsket om å styre lykken i et liv av tilfeldigheter fører oss videre inn på motivasjonen som ligger bak disse ønskene. Ønsket om å styre økonomiske handlinger, kjærlighet og prestisje gir på mange måter en forenklet forklaring på folks handlingsmønster. En av mine informanter hevdet at jo mer man greide å styre av disse aspektene, eventuelt hvor tilfeldigheten styrer, jo større mulighet har man å kunne leve det gode liv. En annen innfallsvinkel er konsum av klær som knyttes til det "å være noe", samtidig som man unngår å bli ekskludert fra en gruppe. Ønsket om tilhørighet og frykt for eksklusjon kan være vel så sentrale motivasjonsfaktorer som ønsket om å oppnå økt prestisje og gjennom dette utgangspunkt øke sin personlige opplevelse av lykke.

Det historiske perspektivet synes også å være en faktor for hvordan aktører forholder seg til ideer om å skape sin egen identitet og til søken etter lykken. Det er ikke kun historiske forløp

som er interessante, men også hvordan historien blir kommunisert i dag (Briceño 1993 [1951] og Andersen 1993). Jeg har beskrevet *el libertador* Simon Bolivar som en viktig figur for dannelse av nasjonalstaten Venezuela, og i tråd med Briceño har jeg også sett på hvordan historie blir kommunisert som et sentralt aspekt i hvordan folk kategoriserer seg selv. Briceño hevder at underkommunisering av den koloniale perioden kan, være en mulig årsak til venezuelaneres søken mot ”det utenlandske”, og konsum av utenlandske goder.

Konsum som ønske om sosial transformering

Colin Campells (1994) analyse av relasjonen mellom moderne individualisme, romantisme og konsum griper fatt i moderne konsum som et ønske om å endre sin identitet, med konsum som instrument. Han viser til de karakteristiske faktorene ved kapitalistisk konsum som en vedvarende transformasjon. Konsum er i Campells analyse beskrevet som en handling som er drevet av en drøm om å skape en ny identitet, endre sin livsstil i relasjon til dagdrømmer om det gode liv som ofte ender i skuffelse og et nytt søk etter nye stiler og goder (Campell 1994). Denne prosessen har sine røtter i oppløsning av sosiale identiteter og formingen av det komplekse fenomenet kjent som modernitet, som er avhengig av det moderne individets konstruerte definisjoner av seg selv. Med individet i fokus kan man si at konsum er en reaksjon på ønsket om å oppnå en livsstil som innebærer en høy materiell realisering av forestillingen om ”det gode liv”. Campell synes å rette kritikk både mot Pierre Bourdieus (1995) syn på konsum som en distinksjon som står i fare for å redusere sosial praksis til akkumulasjon av kulturell kapital og Veblens syn på konsum som innebærer det å skape forskjeller. Friedman hevder at dersom:

“..distinction plays a role here it is not a part of a strategy of potlatch, a political statement of relative status, but the enjoyment of the highly valued luxuries associated with such status” (Friedman 1994:150).

Jeg hevder at konsum må sees i sammenheng med strategier i forhold til selvpresentasjoner om hvem ønsker å gi inntrykk av at man er. For å kontrollere noen slike inntrykk kan man se på konsum som et verktøy for å prøve å gi andre inntrykk av at man er vellykket (Goffman 1992 [1959]).

Et aspekt ved suksessfull sosial klatring i Mérida er hvorvidt man har tilegnet seg prestisjefylte konsumvarer og moderne vestlig²⁶ livsstil. Suksess måles ofte etter hva man eier, og hvordan man bruker det man eier. Eksempler på dette kan være; kjører man bil viser man at man har penger, har man alltid nye klær kommuniserer man at man både er velstående og oppdatert innenfor nye motegenre. Imidlertid mener jeg at det særegne med Venezuela er at flere av mine informanter brukte omtrent alle sine disponible midler på å skape inntrykk av at de var på vei opp i et sosialt hierarki. Således hevder jeg at det ikke er selve den sosiale mobiliteten det dreier seg om, men bildet folk ønsker å kommunisere for å vise at de tilhører en høyere lokal klassesdistinksjon enn hva de selv ”egentlig” identifiserer seg med. Det visuelle kan sies å være et sentralt aspekt i den latinske hverdag, hvor man i noen kontekster gir uttrykk for å være mer elegant eller ha tilgang til mer økonomiske ressurser enn hva som er tilfellet. Bakgrunnen for en slik tankegang er kompleks men kan i korte trekk beskrives ved dyrkingen av det vakre og elegante og idéen om at den som er vakker blir behandlet bedre enn den som ikke er det. I kapittel 4 vil jeg utdype betydningen av det visuelle i den latinske ”kultur”.

Fin bil – lykkelig mann

Bilen er en av de mest prestisjefylte goder man kan konsumere i Venezuela. Bilen er et tegn som inneholder et økonomisk maktaspekt, og dette blir tolket som en gjenstand som gir folk høyere sosial prestisje. Maktaspektet ligger ikke kun i bilens høye pris noe som dermed kommuniserer forskjeller, men også til de symbolske tolkninger som den blir tillagt. Slike tolkninger henspeiler ofte på beskrivelsene av menneskene som eier eller eventuelt kjører bilene. Disse blir beskrevet som personer som har ”lykken med seg” med referanse til økonomiske ressurser. I tillegg representer også bilen et betydningsfylt skille mellom ”moderne” og ”tradisjonell” i det lokale begrepsapparatet. Bilen blir her en representant for det uavhengige moderne liv. Personer som har tilgang til bil blir av mange tilskrevet identiteter som har positive aspekter ved seg, som et bilde på at personen lever et moderne liv kontra et tradisjonelt liv. Bruker vi Pierce’ (Heradstveit & Bjørge 1992) dynamiske tegnmodell for å forstå disse prosessene kan vi si at bilen er et objekt som fungerer som et

26 ”Vestlig” brukes her som en samlebetegnelse på det som også kalles for den industrialiserte del av verden, i hovedsak Europa og Nord-Amerika.

tegn på velstand. Dette kan være den første interpretanten. Velstanden er videre et tegn på at personen er moderne og gir i mange sammenhenger sosial prestisje som vi kan kalle den andre interpretanten. Således vil et objekt ha mange tegn som produserer flere tolkninger eller ideer hos mottakeren som igjen gir opphav til nye tolkninger (Heradstveit & Bjørge 1992). Det dynamiske i modellen til Pierce, gjør at det kan finnes et uttall av tolkninger eller ideer i forhold til hva tegnet produserer hos mottakerne, til tross for at det finnes en del fellestrekk og dominerende tolkninger.

Gatene i Mérida er smale og av den grunn enveiskjørt. Trafikken er til tider mye større enn hva sentrumsgatene greier å svelge unna. Derfor kan det bli store kødannelser på ettermiddagen. For dem uten bil er dette svært plagsomt, ettersom bilene er store og spyr ut mye eksos, i tillegg til alt bråket bilene forårsaker. På Café Rodos, observerte jeg daglig at selv midt i rushtiden kjørte folk rundt og rundt kvartalet i snegletempo. Noen ganger observerte jeg samme bil og sjåfør opptil syv til åtte ganger på én time. Først trodde jeg at det var så stor trafikk at bilene ikke greide å ta seg inn på hovedveien lenger nede og ble presset til å ta en ny runde for å gjøre et nytt forsøk. Etter å ha undersøkt bilene som kjørte i runder gikk jeg ned til der hvor de svingte inn på en større vei og der viste det seg derimot at det ikke fantes noen form for trafikkproblemer. Det var faktisk mye mer problematisk å svinge tilbake for å ta en ny runde i det allerede overfylte sentrum. Dette gjaldt ikke en eller to biler per ettermiddag, men mange flere biler enn hva jeg kunne holde kontroll på. For meg virket dette som en meningsløs handling i et allerede sterkt trafikkert område. Jeg forhørte meg med mine informanter om hva dette kunne bety, og samtlige hevdet at dette måtte være for "å vise seg frem".

Det er usikkert om de som kjørte bilene eide bilene eller bare hadde lånt dem en dag for kjøre rundt og rundt i Mérida, men jeg kan med ganske stor sikkerhet hevde at de ikke gjorde dette av nødvendighet. Handlingen var derimot meningsfull i den forstand at den kommuniserte "Se, her kommer jeg i en bil og jeg har greid meg bra i livet!" Dette ga utvilsomt en form for prestisje. Noen bileiere og folk med lånte biler kjører altså rundt og rundt kvartalet for å bli "sett". Reaksjonene på dette fenomenet var delte. Blant eldre akademikere ble bilkjørerne ignorerte, men yngre folk fulgte ofte med hvem som kjørte forbi og vinket til dem i bilene

eller fikk dem til å stoppe slik at de også kunne være med på å kjøre sakte rundt i sentrum for å "bli sett" i en bil.

Brukte biler er relativt dyre selv sett med norske øyne. På grunn av høy etterspørsel og lavt tilbud, blir prisene høye. Ettersom bensin er billig, er det ikke så dyrt å kjøre bil når man først har råd til å anskaffe seg den. Storparten av bilparken er store amerikanske biler fra sent 70- og tidlig 80-tallet. De nye bilene som kjøpes er stort sett firehjulstrekkere som er store og tunge og som forurensrer mye. Venezuela har ikke noe skattesystem som beskatter store biler mer enn de små. Firehjulstrekkere er dermed ganske billige i et europeisk perspektiv men allikevel betraktelig dyrere enn de brukte bilene. Forholdet mellom pris på ny bil og pris på brukt bil er forskjellig sammenlignet med Europa og USA hvor det er et mer balansert tilbud av brukte biler i forhold til etterspørselen. Dette har ført til at de som har mye økonomisk kapital skifter bil svært ofte, og ved salg av bilen får de gjerne mer eller like mye som det de kjøpte bilen for som ny. De som ikke har råd til en ny bil må betale en unaturlig høy pris for en 10-20 år gammel bil. Disse økonomiske begrensningene reproducerer lokale klassesdistinksjoner, og de fleste *merideños* hevder at biler er et av de klareste tegn på velstand, og det er noe de gjerne ønsker seg, eller en finere bil enn den de allerede har. I tillegg er de store amerikanske bilene representanter for det gode livet *allá*²⁷. Mange av mine informanter understreket at ved å kjøre i samme typer biler som man gjør i Miami eller New York lever man i større grad i takt med det internasjonale samfunn og man lever dessuten *la vida moderna* (det moderne liv) fremfor *la vida tradicional* (tradisjonelt liv). Import av biler er en veldig stor greskjefst i Venezuela. Dette kan sees i sammenheng med Briceños (1993 [1951]) kritikk av det han kaller misbruk av oljeressursene på importerte luksusgoder, istedenfor at den økonomiske elite som har tilgang på økonomisk kapital, investerer sine midler i nasjonale produkter som kan komme hele landet til gode. Jeg vil her presentere en av mine hovedinformanters syn på import av varer og hva man ønsker å oppnå gjennom det å eie en bil.

Blant *los intelectuales* blir det hevdet at de styrende organer må ta mye av skylden for at den økonomiske situasjonen er slik den er og at venezuelanere er så opptatt av importerte konsumvarer. Carlos hevdet at for 20 år siden kunne mange flere kjøpe nye biler mens i dag er det kun de velstående som har råd.

27 *Allá* betyr: "et sted relativt langt borte fra det stedet man befinner seg på". I dagligtale forstås dette implisitt som USA eller Europa.

Bilkjøp har alltid vært et viktig tegn på velstand i Venezuela. Carlos understreket at for mange var det viktigere å ha en fin bil enn et fint hus eller god mat. *"Fasade er for mange veldig viktig, men ikke for oss for vi er intellektuelle"* forklarte Carlos. På den annen side forsvarte Carlos import konsumet til venezuelanere som et fenomen som var utenfor *el pueblo* (folkets) beslutningsområde. *"Alle som vil importere produkter til Venezuela trenger en importtillatelse, og regjeringen styrer hvems som får tillatelse til å importere hva"*. Carlos hevdet at regjeringsmedlemmer får kommisjon av bedrifter for å stemmer, for eller imot ulike forespørsler. Dette fører til stort press på regjeringsmedlemmene og mange av dem blir av den grunn korrupte²⁸. Dessuten får landet et større utvalg av luksusgoder produsert i utlandet som er svært attraktive for *el pueblo* (folket). Gruppen med makt og penger får således mer makt og blir enda rikere på resten av folkets bekostning. Middelklassen står for fall, hevdet han, *"men det er vår egen feil som lar oss lure så lett"*. Videre forplanter politikerens egoisme seg nedover i systemet og fører til en svakere nasjonal identitet i følge Carlos. Når jeg spurte han hvorfor han trodde det var slik, svarte han; *"No tenemos suerte con los políticos en este país"* (Vi har ikke hatt hell med politikerne i dette landet).

Carlos uttrykker sitt syn på import av varer som et fenomen både styresmaktene og folket selv har skyld i. Han legger også moralske perspektiver til grunn når han hevder at bruk av importerte goder fører til en svakere nasjonal identitet. Men den grunnleggende årsaken til problemet, skyver han fra seg og forklarer det med mangel på hell vedrørende politikerne i landet. Dette utsagnet har jeg tatt med, fordi det oppsummerer en grundig gjennomgang av landets økonomiske situasjon hvor, og Carlos uttrykker farer ved å importere konsumartikler men på tross av dette legger han til at hell og lykke er det som er vesentlig. Det som fascinerte meg var at Carlos, som så på seg selv som en intellektuell, også tok i bruk denne tradisjonelle måten å forklare situasjoner på. Carlos var heller ikke spesiell i forhold til dette synet på hell, men bekrefter igjen at ting som går dårlig forklares som manglende hell, mens de man dyrker som helter har oppnådd suksess grunnet egeninnsats. Et eksempel på dette er historiene om

28 Venezuelas nye president Hugo Chávez har lovet befolkningen et oppgjør med de korrupte politikerne og avsatt høyesterettsdommere grunnet korrupsjonsanklager. Imidlertid er spørsmålet om korrupsjon svært komplisert, og dermed kan det ta lang tid før landet er kvitt de meste korrupte handlingene.

frigjøringshelten Simon Bolivar, som personen som red på hest gjennom hele Sør-Amerika og frigjorde dem fra spanjolene gjennom utmerket militær taktikk og klokskap. Ingen nevner at også han nødvendigvis måtte ha hatt lykken med seg for å kunne nedkjempe spanjolene.

Drømmen om lykken

En sentral faktor i den Venezuelanske hverdag, er drømmen om å oppnå lykke. Venezuelanere ser ut til å ha en idé om at lykke og hell kan oppstå uavhengig av egen innsats, hvilket kan sies å være en hvilket kan sies å være en motsetning til det å være 'sin egen lykkes smed' eller den såkalte "*self made man*". Den som gjør suksess på et område, for eksempel ved å drive en kafé eller en bar, og på den måten tjener mye penger, vil ofte bli beskrevet som *una persona con mucha suerte* (en person med mye hell). Selv om det kan sies at han har oppnådd sin suksess gjennom hardt slit, vil han vanligvis bli sett på som heldig, som at lykken står ham bi. Går det dårlig med en person innenfor den økonomiske sfære, det være seg at han mangler jobb, penger og hans sosiale rang synker, blir han en avviker som har nedadgående sosial mobilitet. Han blir ikke sett på som kun uheldig men sanksjonert gjennom baksnakkelser om hvor doven han er (Newman 1988).

Sanksjoner mot dem som mislykkes i søken etter lykken

Sanksjonene mot de som mislykkes og faller på den sosiale rangstigen, stemmer ikke alltid overens med hyllesten av de som lykkes. Sanksjonene er ofte beskyldninger om hvorfor personen mislykkes, slik som at han ikke jobber nok eller han drikker for mye eller rett og slett kommer fra en dårlig familie. Personen får, etter "klassisk amerikansk moral" (i forhold til det å være "sin egen lykkes smed"), selv skylden for å ikke gjøre det like bra som tidligere. Det jeg kaller for klassisk nordamerikansk moral, eller ideen om den bygger i hovedsak på at alle har like muligheter til å oppnå suksess (her: økonomisk suksess). Ideen er gjennomgående i det venezuelanere kaller for "amerikansk kultur" hvor man tenker seg et land hvor "*todo es posible*" (alt er mulig). Ideen om å være sin "egen lykkes smed" har sitt utspring fra pionertiden i USA da tilgangen på land var lik for alle. Desto hardere man jobbet med jorden og jo flinkere man var, jo større suksess oppnådde man. Det kan også sies at denne ideen er

grunnleggende i kapitalistisk tankegang som optimalt sett er et system hvor alle har like muligheter. Her kan suksess oppnåes kun avhengig av egeninnsats og personlige egenskaper. Venezuelanere bruker ofte samme logikk når de omtaler personer som har lyktes. Personer som har mislykkes derimot, omtaler seg selv på en annen måte. Snakker man med personer som det ikke har gått like bra med som de planla i livet så skylder de ofte på dårlige tider, dårlig regjering samt uflaks. ”*Lykken var ikke med meg*” eller ”*Når kommer lykken tilbake til meg?*” var vanlige uttalelser blant mine informanter i Mérida. Ideen om lykke uavhengig av egeninnsats kolliderer med det å være sin ”egen lykkes smed”, men er en viktig faktor i den venezuelanske hverdag i forhold til hvordan man blir sett på og behandlet av andre.

Ernesto er en mann i midten av førtiårene uten fast jobb. Til tider jobbet han som guide eller sjåfør for turister. Han var sjelden å treffe på kaféer men på byens barer var han fast inventar. Andre informanter advarte meg mot ham fordi han aldri hadde penger og kun var ute etter å lure folk til å kjøpe øl til ham. Selv opplevde jeg Ernesto som en person som nektet å la seg bli spandert på i motsetning til de fleste andre av informantene mine. Selv forklarte han sin dårlige økonomi med at han hadde fått sparken i sin tidligere jobb som bankansatt, og kona skilte seg fra ham og 'tok' huset og alle pengene han hadde spart opp. Samtidig var landet inne i nedgangstider, understreket han, slik at han hadde mistet alt han eide. De få pengene han tjente ble spist opp av inflasjon og høyere priser. ”*Tengo mala suerte*” (jeg har ikke noe hell med meg), forklarte han meg. Han gav, med andre ord det politiske systemet skylden for hans dårlige økonomiske situasjon og så på seg selv som et uforskyldt offer. Ernesto var utsatt for mye baksnakking. De fleste forholdt seg til ham som de forholdt seg til andre, bortsett fra at de kun var med ham kort tid av gangen, og etterpå snakket de om hvilken dårlig person han. Et ”bevis” på dette mente de var at han aldri var på kafé, men kun gikk på barer. Ernesto selv hadde en helt annen oppfatning ettersom han mente han ikke hadde tid til å gå på kaféer på dagene fordi han måtte søke jobber og gjenvinne sin sosiale posisjon. Han understreket at han aldri hadde jobbet så hardt som han gjorde nå, selv ikke når han forsørget sin familie.

Ernesto ser på seg selv som en person som ikke har hatt hellet med seg, og han forsøker aktivt å jobbe seg ut av sine økonomiske og sosiale problemer. Likevel blir han sett ned på som lat og som en dårlig person fordi han ikke har jobb og har begrensede muligheter. Idéen om å være ”sin egen lykkes smed” brukes i det lokale miljøet til å forklare Ernestos sosiale situasjon der han har mislykkes fordi han ikke har jobbet hardt nok. Han selv, derimot forklarer sin økonomiske og sosiale situasjon med at lykken ikke har vært med ham og at det derfor har gått dårlig med ham. Således kan man si at den adopterte ideen om å være ”sin egen lykkes smed” fungerer best for å beskrive suksess, mens man kan skyldes på *mala suerte* (dårlig hell) dersom man opplever mangel på suksess.

Ved å presentere mine informanters syn på suksess, vil jeg understreke hvordan det å lykkes innenfor en sfære naturlig nok gir høyere prestisje i lokalmiljøet men dersom man mislykkes blir man sanksjonert dobbelt, på grunn av beskyldninger om latskap og dårlig arbeidsmoral i tillegg til at man faktisk sliter økonomisk. Således blir det viktigere for personer å vedlikeholde sin sosiale rang, for ikke å bli sanksjonert og for ikke å vise at man sliter økonomisk. Penger er viktig i en slik sammenheng, og det er viktig hvordan man bruker pengene sine. Ungdommer vil vise overfor andre at de kommer fra en bra familie og går kledd som om de var rikere enn de egentlig er. Ernesto behersket ikke stilen godt nok til å bli fullt ut akseptert når han ikke lenger hadde like stor tilgang til økonomisk kapital og ble dermed sett på som lat. Beherskelse av stil og utførelsen av den skaper skiller mellom folk som ellers har lignende økonomisk bakgrunn. Ernesto som har hatt en negativ sosial mobilitet mangler trening i forhold til det å være ”fattig” og greier ikke konvertere sin kunnskap til prestisje utover den økonomiske sfære.

Oppsummering

I dette kapitlet har jeg jeg drøftet ulike måter å ta i bruk konsum som et analytisk verktøy for å forstå sosiale sammenhenger. Jeg har hevdet at konsum best forstås ved å gripe fatt i konsumentenes sosiale behov (Friedman 1994, 1996). Gjennom dette utgangspunktet har jeg hevdet at ved å se på konsum som et tegn for konsumentene, finnes det muligheter til å oppnå høyere sosial prestisje gjennom å forbruke visse varer. Motiver bak konsum og strategier rundt konsum har også vært viktig for å forstå hvordan venezuelanere tenker rundt sin egen

identitet og hvordan de ønsker å presentere seg selv. Jeg har vist at søken etter lykke henger sammen med motivasjon for å handle på den måten de gjør. Idéen om lykke står sterkt og brukes aktivt i forståelsen av hverdagen og er dermed et sentralt aspekt for å forstå handlingsmønsteret blant mennesker som kategoriserer seg selv inn i klassekategorien *la clase media baja* (lavere middelklasse) i Venezuela. Avslutningsvis i kapitlet viser jeg gjennom et eksempel, en lokal forklaringsmodell for Venezuelas import/eksport situasjon hvor eksporten i all hovedsak dreier seg om olje og petroleums relaterte produkter, mens de har gjort seg avhengige av mange konsumvarer. Dette forklares ved at nasjonen har hatt lite hell med seg vedrørende politikerne. Samtidig viser jeg hvordan de som ikke behersker en stil blir sanksjonert i visse sammenhenger. Jeg vil i neste kapittel ta for meg flere konkrete eksempler på hvordan unges konsum av klær gir dem en mulighet til å endre sin anerkjennelse i det lokale miljø. I de to neste kapitlene vil jeg presentere to grupper som søker ”lykke” og sosial prestisje på helt ulike måter men tilsynelatende er deres mål det samme; å vedlikeholde eller heve sin sosiale rang i lokalmiljøet. For begge gruppene er beherskelse av stil viktig for rangering innad i gruppen og ut mot andre . Gjennom å se på hvordan ulike aktører behersker en stil søker jeg større innsikt i hvordan de rangerer seg selv i forhold til andre og hvordan de selv ønsker å blir sett på.

Kapittel 4:

ORDINARIO O RECONOCIDO²⁹

Jeg vil i det følgende kapittelet konsentrere meg om sosiale årsaker til konsum av ulike varer, med fokus på klær og klesmoter importert fra utlandet. Hvordan en person går kledd kan i ulike sosiale sammenhenger konnotere visse egenskaper ved personen som bærer klærne. Hvilken mening blir tillagt klærne en aktør bruker og hva klærne symboliserer og hvordan mottakerne tolker signalene, står sentralt i dette kapittelet. Et utgangspunkt for argumentasjonen er Goffmans (1992 [1959]) antagelser om at aktører ønsker å presentere seg selv overfor andre på en måte som er gunstig for ham/henne. Goffmans dramaturgiske begrepsapparat synes nyttig som et analytisk rammeverk for å bedre forstå prosesser i måten folk samhandler og presenterer seg selv på. Jeg har i hovedsak sett på hvordan informantene mine ønsket å bestyre inntrykk de gav til andre for å oppnå positive tilbakemeldinger innenfor bestemte koder for rangering.

På den ene side finnes det mange aspekter ved sosialt liv som aktører til tider kan manipulere slik at de aktørene samhandler med kan få det inntrykk som er ønskelig. På den andre side finnes det uttrykk aktører har mindre kontroll over Goffman (1992 [1959]). For eksempel kan aktører til en viss grad prøve å spille en rolle som den han ønsker å være mens det ikke er sikkert at mottakerne tolker det i henhold til aktørens hensikt. Jeg vil vise dette med noen case der unge mennesker prøver å heve sin sosiale prestisje ved å gå kledd i moteriktige klær.

Som tidligere beskrevet, er det store økonomiske forskjeller blant folk i Mérida. Jeg ser derfor på hvorvidt varer tillegges en annen mening enn hva tilfellet er for den samme varen i Europa eller USA. Dette gjør jeg på grunnlag av at vareutvalget i Venezuela er stort og mange varer som er rimelige for en europeer kan være svært dyre for en venezuelaner i forhold til hans/hennes inntekt. Pengene, eller drømmen om å ha mye penger, så ut til å være en drivkraft for ungdommers konsumvaner, eller som en av mine informanter sa det; *”jeg vil se ut som om jeg eier en bil”* (Jorge 24). Han ville, med andre ord gi inntrykk av at han var velstående.

²⁹Ordinær eller anerkjent

Ønskene og fantasiene om fremtiden hos mine informanter henspeiler seg ofte mot materielle rikdom. Forholdet mellom hvilke signaler de unge konsumentene ønsker å sende ut og hva mottakerne oppfatter er et interessant aspekt ved samhandling, og dette kan sees i forhold til Heradstveit og Bjørgos (1992) analyse av tegn. Nye klær på Plaza Bolivar kan for en ung gutt være et ønske om å signalisere at han har vært og handlet med rikelig med penger og at han dermed er suksessrik. Hans venner vil kanskje også tolke det slik som han ønsker, mens familiemedlemmer eller venner av familien som kjenner familiens økonomiske situasjon, vil kanskje oppfatte dette som arrogant å bruke alle pengene sine på seg selv istedenfor å hjelpe hans mor som sliter med å holde hjulene i gang. Dette viser at gjenstanden ikke nødvendigvis er et tegn på det samme for sender og mottaker (Heradstveit & Bjørgo 1992).

Identitetskonstruksjon og livsstil

Jeg vil vise at kapitalistisk konsum i Venezuela kan være basert på et ønske om nye identiteter og strategier gjennom et spesielt sett av konsumbaserte distinksjoner. Friedman (1994) hevder at konsum må forstås i en vid kontekst av livsstrategier. Han sier at et sett av kulturelle strategier brukes aktivt for å oppnå høyere sosial prestisje og for å opprettholde eller endre sin egen identitet. Et motiv bak konsum av særskilte varer, kan ut fra Friedman, sees på som et ønske om å endre eller utvikle sin egen identitet i forhold til den kulturelle kontekst, for å deretter oppnå en høyere sosial prestisje. Jenkins (1996) understreker, i tråd med dette, at individuell identitet kun gir mening i en sosial verden av andre mennesker. Isolert sett blir en individuell identitet meningsløs. Ser man så på motivasjonen for konsum av klær, kan man hevde at det er knyttet et selvilde til, for eksempel hvordan man er kledd for å føle seg vel eller være pen, samt ønsket om å skape et bestemt offentlig bilde av seg selv. Dette stemmer ikke nødvendigvis overens med hverandre. Det som blir sett på som pent i noen sammenhenger kan bli oppfattet som vulgært i andre sammenhenger eller på andre arenaer. Konsum er tilknyttet det å "være noe", og til det å bestyre de inntrykk man gir både for å få positive tilbakemeldinger og for å unngå å bli ekskludert i sosiale sammenhenger. En aktørs sosiale identitet har sammenheng med hans/hennes posisjon, og selvpresentasjoner på en samhandlingsarena (Goffman 1992 [1959]).

Dersom man adopterer en livsstil som krever at man bruker storparten av sine økonomiske ressurser til konsum av klær, blir man samtidig underlagt begrensninger både med hensyn til hvordan man kan operere i andre sammenhenger, og man går glipp av andre aktiviteter som koster penger. Gjennom slike prioriteringer forstår man at det er en viktig del av aktørers hverdag å konsumere ”de rette” godene. Det kan dermed sies at det foreligger et maktforhold mellom dem som har tilgang til økonomiske ressurser og dem som ikke har det, i forhold til i hvilken grad de kan skape seg en identitet gjennom kjøp og bruk av moteriktige klær. Mine informanter utfordret og spilte på det maktforholdet ved å konsumere bestemte varer. Gjennom sitt konsum kunne de skjule en side ved seg selv og understreke den siden de ønsket å fremheve. De ønsket først og fremst å fremstå som ”moderne” og å bli sett på som en *reconocido* (en anerkjent person) fremfor en *ordinario* (en ordinær person). Ved å konsumere moteriktige klær og beherske en stil som *reconocido*, noe som innebærer å ha stor kjennskap til den nye mote, opplevde ”de unge moteløvene” en form for tilhørighet, og de taklet dermed en vanskelig hverdag på en måte som gav dem positive tilbakemeldinger.

På spørsmål om hva ”de unge moteløvene” drømte om skulle skje med dem i fremtiden svarte de fleste at de ville bli rike. De fortalte om hvor mange biler, hvor fint hus og alle reisene de skulle foreta seg. Ser man på disse drømmene i sammenheng med konsum av klær man si at konsumet henger sammen med hva man ønsker å bli. Deres daglige konsum kan sees på som et kontrollerende aspekt ved deres daglig liv sett i forhold til hva de drømmer om. Drømmene er mest sannsynlig svært vanskelige å oppnå og mens konsum for å vise at man er på vei mot sin drøm kan være et verktøy for aktøren for å gi inntrykk av at man er på vei mot et liv som innebærer høyere materiell levestandard. Wilk (1994:107) hevder etter studier i Belize at; ”Without this concrete image of the future, consumption in the present loses its meaning.” Dette blir synlig i forhold til i hvilken grad de kan skape seg en identitet gjennom moteriktig klær. En *ordinario* var betegnelsen på en aktør som ikke behersket stilen som moteriktig og som dermed ikke fikk innpass blant ”moteløvene” på Plaza Bolivar. Jeg vil utdype dette utover i kapitlet. For å bedre forstå disse prosessene vil jeg se på globalisering og modernitet faktorer som har innvirkning på ”moteløvenes” hverdag.

Globalisering, modernitet og "det moderne"

I modernitetsdebatter vektlegges det ofte at industrialisme, utvikling av kapitalisme, økte kommunikasjonsmuligheter og økt urbanisering skaper en mer effektiv, kompleks og uoversiktlig verden. (Giddens 1990). Giddens (1990) hevder at modernitet referer til typer av sosialt liv eller organisering som utviklet seg i Europa på 1700-tallet og som mer eller mindre ble verdensomspennende i sin påvirkningskraft. Han sier videre at vi i dag lever i en tid der konsekvensene av modernitet er mer radikale og universelle enn før, grunnet storskala verdenshandel og en utvidet verdensomspennende kommunikasjon. Nye innretninger som er innført i menneskers liv har, i følge Giddens (1990), feid bort mange tradisjonelle former av sosial orden. Han forklarer det med at det i dag finnes strømmer av informasjon som former for sosial "interconnection", som strekker seg ut over hele kloden.

Ser man på modernitet som strukturer i relasjon til globale og kulturelle tolkninger, bringer dette oss videre inn på spørsmål rundt globale system og globalisering. I følge Appadurai (1990) kan man skille ut to ulike perspektiver rundt denne debatten; kulturell homogenisering og kulturell heterogenisering. 1) Det første perspektivet tar utgangspunkt i at vi går mot en globalisering av verden, hvor landegrenser viskes ut, og hvor de fleste menneskene får tilgang til de samme typer varer og tjenester. Menneskers "verdener" blir likere, og det går mot en kapitalisering av hele verden hvor USAs "friheter" ser ut til å være et forbilde, og hvor vi får en sterkere grad av konsumorientering. Forbilder fra USA spilles ofte ut gjennom underholdningsbransjen hvor det komplekse virkelighetsbildet reduseres til enkle store stemninger og klare motsetninger. I følge Mohr & Schreiber (2000) der "den amerikanske dominansen er ingen tilfeldighet - individets streben etter frihet og lykke er den viktigste verdien i amerikansk kultur". Dette perspektivet tar utgangspunkt i at et kulturelt uttrykk dannes et sted i verden og spres videre i sin opprinnelige form. 2) Det andre perspektivet stammer fra Wallerstein (i Knox & Agnew 1994) og vektlegger at et globalt verdenssystem skaper soner som sentrum, semiperiferi og periferi, som hindrer utjevning både på et kulturelt og økonomisk plan. Makt og ulikhet endres ikke og derfor vil den lokale forståelse forbli heterogenisert i et vedvarende "world system".

Jeg hevder i tråd med Friedman (1994) at globalisering impliserer at noe øker, at det blir mer av det, derfor synes det best å starte med å forklare hva jeg mener med globalisering. Globalisering refererer til mindre distanse på et stort plan og kan settes opp mot lokalisering, nasjonalisering og regionalisering (Knox & Agnew 1994). Globalisering er et flerdimensjonalt fenomen og blir ofte definert ut i fra økonomiske termer, som om verdensøkonomien definerte globalismen. Globalisering er i denne sammenheng et interessant fenomen, fordi nye kommunikasjonsmønstre og massemedia har gjort at de samme reportasjene kan vises over hele verden (Appadurai 1996). Det kan hevdes at det ikke lenger betyr så mye hvor man bor. Kapitalkreftene gjør at omtrent samme hvor man bor får man tak i de samme varene, og således blir landegrensene visket ut. Ett av problemene med en slik idé er at tilgangen til ulike varer vil være begrenset grunnet ulike økonomiske ressurser. Varer og tjenester som et sted i verden sees på som en dagligdags vare kan være luksusgoder i andre kontekster. Tilgang gjennom en raskt oppdatert massemedia og store valgmuligheter gjennom for eksempel internett, gjør det også enklere å leve utenlands og samtidig være oppdatert med hensyn til de samme kulturelle uttrykk som i hjemlandet, som en ikke-territorial seer eller lytter. I følge Appadurai (1996) skaper ikke elektroniske medier nye tekniske krefter, men han mener de synes å drive frem, eventuelt tvinge frem, fantasiverdener. Med det mener han at individer og grupper vil knytte det globale inn i deres egne praksiser av det moderne.

Modernitet blir ofte gjennom den vestlige verdens tolkninger sett på som en konsekvens av industrialisme og kapitalisme. Friedman (1994) argumenterer for modernitet som: *"(...) a local product of commercial global systems, that is, a form of identification, or perhaps habitus, that arises in determinate local transformations of conceptions of existence."* (1994:212). Modernitet er også en viktig analytisk komponent i organiseringen av forståelsen rundt det globale.

"I shall refer to modernity as a kind of situation, a framework of personal existence within which are generated an array of specific representational families that are often referred to as the cultural forms of modernity. Modernity is certainly not culture in a substantive sense. (...) The essential basis for the emergence of modernity as a form of cultural production lies in the crossing of a certain threshold in which the individual subject tends, in some social situations (or classes), to emerge as autonomous subject representing his or her self as a self-organising, self-motivated being". (Friedman 1994: 213)

I denne avhandlingen har jeg valgt å fokusere på individet på et mikronivå, og med dette som utgangspunkt vil jeg ta for meg mine informanters individuelle valg og strategier i forhold til det å leve i en urban kontekst i dagens Venezuela. Hvilke aspekt av ens identitet en aktør ønsker å kommunisere, og hvordan dette kommuniseres står sentralt i forhold til hvordan jeg her vil omtale ”det moderne”. Jeg vil også belyse en del lokale termer i Mérida for å omtale *la vida moderna* (det moderne liv) og *la vida tradicional* (det tradisjonelle liv). Termene blir brukt for å kategorisere andre i forhold til hvilke typer liv man lever. Dersom en person lever slik mine informanter antar folk lever i USA eller Europa, med høyt konsum og oppdatert på nye materielle goder, klassifiseres man inn i den lokale modellen *la vida moderna*. Dersom man bor i rurale strøk eller mangler kunnskaper om utlandet blir man klassifisert inn i kategorien *la vida tradicional*. Imidlertid var det den interne graderingen av hvor mye man levde *la vida moderna* som var det viktigste for ”de unge moteløvene”, ofte sett etter hva man konsumerer. Begge kategoriene var vage og syntes vanskelige å analysere men det var tydelig at det var knyttet mye positivt opp mot kategorien *moderna* mens *tradicional* derimot var stort sett ble referert til i en nedlatende tone.

Varens sosiale mening

For Friedman (1994) står individet i fokus, det selvkontrollerte individet som er motivert i forhold til hva han/hun oppnår eller hva han/hun ønsker å vise at han/hun har oppnådd. Dette ser jeg i sammenheng med den ”amerikanske drømmen” om å være ”sin egen lykke smed”. Markedsførere projiserer en vare knyttet til et ”image”, slik at det kan synes som om man kan kjøpe seg et image. Det kan virke som om at det er varen i seg selv som gir mening og ikke menneskene til den. Bakgrunnen for dette kommer fra en idé om at alle har tilgang på lik informasjon og varen vil derfor tillegges samme konnotasjon (Wilk 1994). Man skal imidlertid være oppmerksom på at: ”[t]he American television utopia of personal freedom and consumer goods may have a great appeal, but this does not mean that it signifies the same thing to everyone” (Wilk 1994:107). I Venezuela opplevde jeg at folk la en annen mening enn hva jeg gjorde med min norske bakgrunn, i varer som fåes i samme form nesten overalt i verden. Dette vil jeg belyse med et case:

”Fastfood” kjeden McDonald’s har filialer i store deler av verden, og utformingen av lokalet og menen er svært likt overalt. En *BigMac* selges alle steder hvor McDonald’s eksisterer. I Norge fungerer McDonald’s for de fleste som en restaurant hvor barn liker å gå eller hvor man går for å få seg et raskt måltid til en rimelig pris. Ryktet til McDonald’s kommer ikke av den gode maten, men av hele konseptet rundt, hvor man kan få den samme amerikanske maten samme hvor man er i verden kjapt og greit. I Mérida finnes det én McDonald’s restaurant som ligger ca fem kilometer. utenfor sentrum, og man må enten ha bil eller ta bussen for å komme seg dit. Jeg gikk jevnlig på McDonald’s restauranten, fpr å møte folk der og for å finne ut hvem som gikk der og hvorfor. Jeg fant tidlig ut at dette stedet ikke var noe godt møtested, fordi det var veldig vanskelig å komme i kontakt med folk. Det var likevel interessant å observere hvem som var der. Stort sett var det de velstående som hadde råd til å gå på McDonald’s. En hamburger med Coca Cola og *pommes frites* kostet like mye som en ”*fillete de Mignon*” med en pils og fløtegratinerte poteter, kostet på en gjennomsnittlig restaurant midt i sentrum. Storparten av folket tok seg således ikke råd til gå på McDonald’s, men folk med penger spiste her til tross for at maten ikke var noe å skryte av. Til en fjerdedel av prisen kunne man få hamburger av mye bedre kvalitet inne i byen.

Motivasjonen for å gå på McDonald’s syntes ganske enkel. Dette er et sted det var knyttet mye prestisje til. Med et hamburger måltid fikk man små plastdukker eller lignende med på kjøpet som et ”bevis” på at man hadde vært der. I hjemmene til mange av mine yngre informanter kunne jeg se hvordan de samlet på disse dukkene som et slags trofé over hvor mange ganger de hadde vært på McDonald’s. Ideen med plastikkdukken er mest sannsynlig en markedsføringsstrategi for å trekke til seg mest mulig barn, som maser seg til å gå der med foreldrene sine. Det som forundret meg var at det ikke kun var barn som samlet på disse dukkene, men også flere av mine informanter som var studenter i ferd med å fullføre en lengre utdanning. De som samlet på McDonald’s dukker hadde dem alltid utstilt på rommet sitt, slik at når de fikk besøk kunne de besøkende se hvor mange ganger de hadde vært der. Det var tydelig at det var hvor høyt verdsatt å ha muligheten til å gå på McDonald’s både for barn og unge. Dukkene symboliserte noe mer enn kun et leketøy for barn. De kunne fremstå som et symbol på at personen som samlet på dem hadde en dynamisk moderne livsstil. Jeg ser på

denne handlingen som et ønske å oppnå om en bestemt type sosial identitet (Goffman 1992 [1959]) Problemet med en slik livsstil er at den krever at de konsumerer mer og mer, selv om konsumets logikk begrenser signal effekten av deres ervervelser. Imidlertid vil jeg presisere at dette er analytiske størrelser. Brukerne av McDonald's vil ikke nødvendigvis være enige i min fortolkning. De som spiste på McDonald's uttrykte at de simpelthen gikk der fordi maten var god og fordi de fikk fine plastikkdukker med på kjøpet.

Appadurai (1988) foreslår at økonomisk bytte skaper verdi og at verdien blir innskrevet i varen som blir byttet. For å finne meningen folk legger i varer, må vi følge varen, fordi varens mening blir innskrevet i dens former, dens bruksområder og dens bane (Appadurai 1988). Jeg vil se på bruk av klesmote som en strategi for å endre noe ved ens sosiale prestisje. Mote i Venezuela er ikke lenger kun kanalisert gjennom en lokal elite, ettersom tv og annen massemedia gjør informasjonen tilgjengelig for alle. Den økende turistnæringen har også endret disse forholdene, i følge Wilks (1994).

En annen strategi for å heve ens sosiale prestisjes gjennom klær, er å bruke såkalte "*no brands*" klær for å vise at man ikke er moteriktig, eventuelt skape en lokal mote av billigere klær. Tommy Ose (1999) beskriver i sin hovedfagsavhandling "Je suis independent", som handler om ungdommer fra Brest i Frankrike, at i en by hvor tilgangen på merkeklær er stor ble det i visse sammenhenger svært populært å bruke klær som ikke var merkeklær. Ose omtaler dette som den nye mote, å være alternativt kledd ved å bruke det han kaller for "*no brands*" som ofte er relativt billige klær. Denne alternative måten å forholde seg til mote på, betegner han som en måte å skille seg ut i det kommersialiserte konsum og som en del av en motstand til det sentrale Paris. Jeg sporet ikke slike undergrunnsprosesser i Mérida. Det kunne nesten synes som om den gruppen jeg studerte manglet innflytelse i nærmiljøet, til "å fri seg fra" kommersielle moter de hadde fanget opp gjennom massemedia og via reklamekampanjer. På den annen side fantes det egne tolkninger av hva som var moteriktig eller ikke. Slike tolkninger og tilgang på penger til å kjøpe det som de syntes var fint, avgjorde hvilke klær som ble brukt. Mine informanter ga uttrykk for at jo dyrere et klesplagg var, jo bedre og finere var det. Således kan man stille seg spørsmål om hvem man kan kalle "trendsettere" og hvor moter oppstår. Er det en lokal elite som styrer gjennom å opptre som velstående forbilder, eller er det de store kapitalistiske bedriftene som styrer "trender" gjennom sin offensive profilering ved hjelp av reklame og massemedia? På den ene siden kan det sies at mye blir styrt av kapitalkreftene, men på en annen måte enn tidligere i og med at TV og reklame når

frem til alle. På den annen side finnes det store forskjeller med hensyn til inntekt i Venezuela og ut fra det kan det også hevdes at den rikere delen av befolkningen har en større mulighet til å manipulere med en bestemt form for klesbruk, som uttrykker visse signaler og/eller tegn enn. Den velstående delen av befolkningen har større tilgang til å kjøpe nettopp de varer som gir høy prestisje i den mindre økonomisk sterke delen av befolkningen. Blant de mindre økonomisk bemidlete, kan det å bruke dyre moteriktige klær skape et bilde av en livsstil som de overhodet ikke kan leve opp til i andre sammenhenger. På denne måten kan man hevde at de manipulerer sin sosiale identitet ved bruk av bestemte klær.

”De unge moteløvene” kan karakteriseres som tilhørende en gruppe uten store økonomiske midler. I det følgende vil jeg ta for meg hvordan de takler slike økonomiske forskjeller og videre hvordan de ønsker å presentere seg selv og håndtere sin identitet som moderne og moteriktige (Goffman 1992 [1959]).

Vi kan ikke unngå at andres nærvær påvirker oss i måten vi ter oss på. Dette setter begrensninger i forhold til hva vi kan gjøre og hvordan vi kan oppføre oss. Det er stor variasjon med hensyn til hva folk tillater seg å gjøre i forhold til hvem de er sammen med. Hvem ”de signifikante andre” er vil nødvendigvis sette begrensninger på vår måte å te oss på. Goffman skiller sosialt liv i to kategorier, det som foregår ”på scenen” (frontstage) og det som skjer ”bak kulissene” (backstage)” (Goffman 1992 [1959]). ”Frontstage” referer til en ’setting’ hvor en opptreden finner sted, og betegnes som et sted der individer spiller ut et sett av sine roller. ”Frontstage” kan også sees på som en arena for formalisert opptredenen, og som en arena det er enkelt å få tilgang til som antropolog. Etter hvert som man blir bedre kjent med et menneske kan man også få tilgang til aspekter ved en persons ”backstage” opptredener. ”Backstage” bruker Goffman for å beskrive de mer uformelle opptredener som finner sted i menneskelig interaksjon. Disse begrepene er relative i den betydning at det som i en sammenheng kan være ”frontstage” oppførsel, i neste situasjon kan være en ”backstage” oppførsel. Selv om både ”frontstage” og ”backstage” refererer til én arena betyr ikke det at en opptreden nødvendigvis trenger å foregå på forskjellig sted. En arena kan i denne sammenheng referere til ulike typer samhandlingspartnere som på forskjellig tidspunkt kan befinne seg på samme fysiske sted.

"Throughout Western society there tends to be one informal, or backstage language of behaviour, and another language of behaviour for occasions when a performance is being presented" (Goffman 1959:129).

Goffmans (1992 [1959]) analyse kan virke reduksjonistisk på menneskelig samhandling, der samhandling blir et teatralisk spill hvor aktørene fremstår som kyniske og kalkulerende objekter. Jeg ser likevel nytten av å bruke hans analyseredskap for å skille mellom ulike typer av sosiale rom og beskrive ulike handlinger og aspekter ved dem. Jeg vil også presisere at et sentralt poeng i antropologisk analyse er å skildre "det levde liv". Jeg vil vise eksempler i fra Mérida der man ser at aktørene bruker strategier i form av bestemte selvpresentasjoner, for å øke deres muligheter til anerkjennelse innenfor tilsynelatende fastlagte rammer av normer og regler.

I Goffmans (1992 [1959]) analyser ligger det til grunn at mennesker spiller ulike roller etter hvem de forholder seg til. Dette kan være bevisst og/eller ubevisst. Imidlertid påpeker Goffman at fremtoningen til personer endrer seg i ulike sammenhenger i forhold til både hvem man er sammen med og hvor man befinner seg. Dermed kan man si at personer viser ulike aspekter ved sin identitet etter hvem de samhandler med og hvor de møtes. Et av problemene Goffman hevder vi står overfor, er at vi prøver å styre inntrykk vi gir til andre. Imidlertid er det er ikke alltid slik at det man ønsker å vise, er det mottakeren oppfatter.

I samhandlingen på Plaza Bolivar var det visuelle som dominerte. Finere og nyere klær gav personen som bar dem positiv oppmerksomhet. Jeg merket meg at det også fantes bilder av dem selv, mine informanter ikke ønsket å projisere på Plaza Bolivar. De ville nødig fortelle sine venner at de ikke kunne være med på kafé eller bar fordi de manglet penger. Slik jeg erfarte det, manglet nærmest alle penger til slike handlinger fordi de brukte alle sine midler på klær. Samtidig ble stemningen ofte veldig rar når jeg i begynnelsen av feltarbeidet ikke hadde skjönt hvor lite penger de faktisk hadde og foreslo at vi skulle gå på kafé eller en bar. Ingen ville vedgå overfor sine venner at de var blakke. Å innrømme at man er blakk kan sees på som en "backstage" opptreden som jeg kun fikk tilgang til gjennom de jeg kjente best. Dette var noe de hvisket det til meg slik at ingen andre skulle høre det. Jeg vil i det følgende gå grundigere inn i hverdagssituasjonen til en gruppe klesbevisste ungdommer i Mérida.

Å beherske moderne stiltyper i Mérida

I følge Appadurai (1988) er varer sosialiserte ting. Dersom man reduserer kjøp og salg av varer til økonomiske transaksjoner, går man glipp av mye av ”innholdet” varene har for konsumentene. Hvorfor en person kjøper en spesiell vare kan ha mange årsaker, men ofte finnes det både sosiale og økonomiske forklaringer. Tilhørighet innenfor gruppen av ”unge moteløver” skapes blant annet ved at man har en felles kleskode. Det kan også være svært viktig å unngå å bli ekskludert ved å bryte en felles kleskode.

Jeg tilbrakte mye tid sammen med en gruppe som besto av 5 til 10 personer med en kjerne på 4 gutter og ei jente. Javier, Jorge, Ernesto, Jesus og Liliana.. Felles for alle disse personene er at de bruker klær som et uttrykk for hvem de er, eller hva de ønsker å være, både innad i gruppen og i andre sammenhenger. Et annet fellestrekk er at de tilsynelatende bruker all sin inntekt på å kjøpe moteriktige klær. Hver enkelt hevder å ha sin egen klesstil mens for utenforstående kan de oppleves som en homogen gruppe i måten de kler seg på. Deres stilbruk kan skape en grad av tilhørighet ettersom klær er viktig for dem og et vanlig tema å snakke om. De tilbrakte derfor mye tid på å kikke på klær i butikker. De er alle kledd i ”påfallende” dyre klær som kan sies å være det siste innefor motefronten³⁰. Siden klimaet er varmt og man ikke trenger så mange plagg dreier det seg i hovedsak om få plagg, i hovedsak skjorter, t-skjorter, bukser og sko. Jeg deltok ofte i diskusjoner rundt pris og kvalitet på klær i forhold til en persons stil. Kjernen i gruppen var svært opptatt av om en person ’hadde’ sin egen stil eller ei. De så på meg som en person uten stil men det ble forklart med at jeg var fra utlandet og selvfølgelig ikke kunne bringe med meg hele min garderobe til Venezuela³¹. Venezuelanere derimot ble kategorisert i to hovedgrupper - dem med og dem uten *estilo* (stil).

I denne gruppen finnes et aspekt av tilhørighet, og dermed også en terskel for å kunne være innenfor eller utenfor gruppen. Tilhørigheten innad i gruppen dreier seg om utførelsen av sin egen og felles *estilo* (stil). Siden de selv er opptatt av sin egen stil og andres risikerer de å bli sanksjonert av gruppen dersom de mangler eller har feil stil. Sanksjonering foregikk ved en

³⁰ ”Påfallende” sett i forhold til deres dårlige økonomi.

³¹ Uten å spørre meg om jeg hadde mange moteriktige og stilfulle klær hjemme i Norge, tok de for gitt at jeg som europeer hadde dette.

form for eksklusjon gjennom mindre tilgang til informasjon om hva som skjer, samt at de ofte ble offer for baksnakkelser. "Frontstage" begrepet til Goffman brukes her på to ulike måter for å forstå samhandlingen innad i gruppen; 1) måten gruppen presenterer seg på, gjennom å ha sin klesstil, som *reconocidos* og 2) hvordan de snakker med andre som de hevder mangler stil, en som såkalte *ordinarios*³². En person som er kategorisert som en *ordinario* får ikke delta i samhandlingen på samme måte som de andre i gruppen og blir ikke invitert til fester eller *reuniones* (sammenkomster) sammen med "de unge moteløvene". En *ordinario* er en negativ ladet betegnelse, som i denne sammenhengen beskriver, en person som ikke er opptatt av klær og som mangler kunnskap om klær og mote.

I følge Bourdieu (1995) finnes det flere ulike typer kapitalformer: 1) "Sosial kapital" innbefatter sosiale kontakter og forbindelser. 2) "Økonomisk kapital" handler om tilgang og kontroll over økonomiske ressurser. 3) "Kulturelle kapital" kan derimot sees som (kulturell) dannelse, utdanning og tilgang til den "legitime kultur". 4) "Symbolsk kapital" er verdien til en bestemt ressurs i et bestemt sosialt felt og er formen de ulike kapitaltyper tar når de blir anerkjente som "legitime". Bourdieu understreker dessuten at de ulike konverteringer og kapitalformer er kontekststøtthengige, og slik varierer det som gir symbolsk kapital i ulike kontekster. Ved å bruke Bourdieus (1995) kapitalbegreper kan vi se på stil som en type kulturell kapital; altså som et ønske om å oppnå anerkjennelse ved å vise sin kjennskap til *la moda* (moten). Dette kan igjen kan fungere som et uttrykk for vellykkethet, til forskjell fra det som betegnes som *ordinario* (Bourdieu 1995).

José er et eksempel på en person som opplevde å bli "ekskludert" fra gruppen. Han hadde ikke penger til å opprettholde samme klesstil som de andre, fordi han ikke bodde hjemme og dermed måtte forsørge seg selv. Han kunne derfor ikke bruke alle sine disponible midler på klær. José ble betegnet som en *ordinario*. Han var "grei" men manglet *estilo* og kunne ikke regne med å bli med i gruppen, for dette vil medført at harmonien i gruppen forsvant, forklarte Javier meg. José behersket ikke stilen på samme måte som resten av gruppen. Hans streben etter å bli en del av gruppen kom til uttrykk etter hver gang han tjente penger og gjerne ville spandere kaffe eller øl på sine venner. Problemet var at i konteksten på Plaza Bolivar var det ikke raushet som ga prestisje men derimot beherskelse av stil. Jeg spurte José hvorfor han ville være med i gruppen og han svarte, som mange av de andre svarte på

32 *Ordinario* "vanlig/ordinær". Ofte brukt om en person som ikke skiller seg positivt ut.

spørsmål om hvorfor de brukte så mye penger på klær, at de ville være en *reconocido* (anerkjent person).

Miller (1994) skiller mellom *fashion* (mote) og *style* (stil) i sitt materiale fra Trinidad og Tobago. Fashion innebærer det motebildet som er dominerende og som alle har tilgang til, mens *style* bærer preg av individuelle distinksjoner i form av for eksempel individuell klesstil. En kan på denne måten si at de dominerende³³ har større mulighet til å endre sin *style* enn de dominerte fordi de kjenner smakens kvalitet og har økonomiske ressurser til å "vise" det (Bourdieu 1995). Jeg vil med det følgende caset belyse hvordan en av mine informanter hevder at han har *style* selv ved å følge den dominerende *fashion*. Selv med begrensede økonomiske ressurser, forsøker Javier å gi inntrykk av at han innehar kunnskap om mote og at hans uttrykk er lignende det uttrykk som finnes i de store metropoler. I tillegg er Javier opptatt av stilidealer som han mener er viktige for å vise hvor *moderno* (moderne) han er. Han ønsker å være ulikt kledd enn de andre i Mérida, men samtidig søker han gruppetilhørighet blant "de unge moteløvene".

Javier jobbet lite i perioden jeg var på feltarbeid og derfor hadde han mye tid til å være sammen med meg. Han mente at jeg så for "treg" ut og derfor hadde han store problemer med å skjønne mine økonomiske prioriteringer. Mine penger forsvant stort sett til mat og øl³⁴, mente Javier. Han proklamerte stadig at vi måtte ut for å handle klær til meg. En ettermiddag tok han meg med rundt i byen for å se på klær i de butikkene han mente var viktigst for unge i Mérida. Disse butikkene var moteforretninger for den yngre delen av befolkningen. Butikkene reklamerte med å føre merkevarer som var identiske med de mest "trendy" motene i Europa og USA. Butikkene var dyre til venezuelansk standard å være, men jeg fikk inntrykk av at omsetningen var høy. Javier spurte om vi også hadde slike butikker i Norge og hvorfor jeg som hadde penger ikke brukte pengene mine på å følge *la moda* (moten). Jeg følte meg litt uvel og sa at jeg var noe eldre og at kanskje moten var annerledes i ulike aldersgrupper. Han tok meg med rundt på 5-6 ganske små butikker hvor alle hadde et utvalg av klær som var

33 "De dominerende" brukes som en betegnelse på et samfunnslag som kan ha store økonomiske ressurser og/eller stor kjennskap til smakens kvalitet. Jeg bruker denne betegnelse for den delen av befolkningen som har store økonomiske ressurser (Bourdieu 1995).

34. Jeg hadde alltid penger mens de nesten aldri hadde, derfor ble det til at jeg betalte små summer for meg men større for dem på mine daglige kaferunder.

annerledes enn resten av klesbutikkene i Mérida, for å vise meg hvor jeg virkelig kunne finne moteklær. Jeg spurte Javier hvordan han hadde råd til å kjøpe klærne sine i slike butikker, ettersom prisene var skyhøye. Han forklarte meg at alt han selv tjente eller fikk av sin mor, brukte han på klær. Gikk han ut på byen eller på kafé, lot han være å kjøpe noe eller ventet at noen andre skulle spandere på ham. Jeg spurte ham hvorfor han var så opptatt av mote og av det å kle seg slik han gjorde. Han svarte med å si at: ”Jeg synes det er fint. Det er viktig å være opptatt av mote for da viser man at man er moderne. Ting er ikke så forskjellig her i Venezuela som i Europa. Se bare på disse klærne! De er europeiske alle sammen”. *Soy moderno* (jeg er motebevisst/moderne)”, var hans viktigste argument for sitt eget pengebruk. Jeg prøvde å si noe om idealet Europa kanskje var mye bedre enn selve Europa, men dette var han ikke interessert i å høre på fordi det var jo en kjent sak at moten ble skapt rundt de store metropolene, Paris og Milano. Han mente venezuelanere var heldige som kunne ta del i denne verden gjennom moteriktige butikker som importerte de nyeste klærne.

Dette viser hvordan mote har en annen mening i det man i motesammenheng gjerne kan kalle for periferi³⁵ (Know & Agnew 1994). Javier fortalte meg at han brukte nærmest 100% av sine disponible penger på å følge en mote han selv mente var europeisk. Han fremstod som et klart eksempel på hvor mye ressurser en person kan legge i sine klær for å uttrykke at han er bevisst og oppdatert på hva som foregår i verden. Dette kan sies å være et aspekt ved Javiers ”frontstage” opptreden, hvor han ønsker å spille en rolle som den velklede, moteriktige unge personen. Etter lengre samtaler med ham fikk jeg derimot også tilgang til mer om hans privatliv, noe som kan sees på som ”backstage” informasjon. Her fortalte han meg om sine private anliggende som ikke representerte det moteidealet han selv sa at han strebet etter. Hans familie var som nevnt arbeidere og slet med økonomien i hverdagen. Javiers venner så på ham ulikt etter hvor godt de kjente ham. Blant de han kjente minst, syntes det som om han lyktes med å oppnå høyere prestisje. Han ble snakket positivt om og var en gutt folk ønsket bli sett sammen med. Dette medførte mange fordeler for Javier, slik som at folk spanderte på ham når han var ute eller inviterte ham til sitt bord når han kom på kafé eller bar, for å spandere noe på ham, eller presenterte ham for nye mennesker. Han var en *reconocido* (anerkjent person) blant ungdommene på Plaza Bolívar. Javier kjente alle og alle visste hvem

35 Periferi sees i denne sammenheng på som utkant i forhold til et sentrum der ideen om mote skapes. Paris og Milano kan fungere som representanter for sentrum [for mine informanter].

han var. Blant sine nærmere venner oppnådde Javier til en viss grad høyere prestisje gjennom sine fine klær som en *reconocido*. I andre settinger eller på tomannshånd kunne de imidlertid også diskutere hvor mye penger denne livsstilen faktisk kostet, og problemer rundt det å prøve å skape seg en prestisjetung identitet som ung og moderne. Javier måtte nødvendigvis velge bort mange andre ting han kunne ha brukt pengene sine på. Valg er ikke alltid like strategiske, men de kan få konsekvenser. Et eksempel på dette kan være at ved å beherske en stil og leve etter den slik som Javier gjør, opplever han samtidig begrensninger på hans frihet til å gjøre andre ting, slik som for eksempel muligheten til å kunne spandere noe på jenter for å forsøke å få seg en kjæreste. Samtidig syntes det for meg som om Javier lykkes hvis ønsket hans er å bli rangert høyere i sosiale sammenhenger på Plaza Bolivar. Således kan man hevde at konsum er en aktiv sosial relasjon.

Calidad nacional o calidad de importación³⁶

Som tidligere nevnt, står det sentralt for mange ungdommer i Venezuela å signalisere at de konsumerer importerte goder. Importerte goder hevdes å være av en helt annen kvalitet enn nasjonale. Det skilles mellom - *calidad de importación* (import kvalitet), *calidad de exportación* (eksport kvalitet) og *calidad nacional* (nasjonal kvalitet). De to førstnevnte refererer til produkter som er anerkjente som produkter med bra kvalitet, mens den siste kategorien innehar produkter som kun er for dem som ikke har råd til å kjøpe bedre kvalitet. I første omgang tolket jeg dette dithen at denne idéen hadde sin årsak i en tanke om at ”gresset er grønnere på den andre siden”. En annen forklaring kan være at lokale produkter blir brutt ned av hegemoniske utenlandske ideologier som skaper et utall av forførende bilder for å promotere nye forbruksvarer. Dette kan være en viktig del av motivasjonen bak konsum av utenlandske varer. Et slikt syn kan til en viss grad skape et bilde av Venezuela som et land der folket er i ferd med å miste sin nasjonale tilhørighet og autonomitet, hvor sluttresultatet blir en såkalt "world culture" (Knox & Agnew 1994). Jeg hevder i samsvar med Wilk (1994) at det nødvendigvis ikke er slik. En årsak til et slikt konsummønster kan være den sosiale meningen en utenlandsk vare gir, gjennom nettopp det å være fra utlandet. Meningen folk tilskriver varene, blir fortolket gjennom tegnet varen utgir, slik at bruken av varen får en annen betydning for brukere på ulike steder og i ulike sammenhenger. Vaner og konsummønster endrer seg, sammen med betydningen varer gis ved konsum av dem. Disse endringene trenger

³⁶ Nasjonal kvalitet og import kvalitet.

ikke å være i samsvar over hele verden, ettersom det finnes lokale moter og meninger om internasjonale varer, selv når de brukes på samme måter ulike steder i verden.

Ungdommene jeg har beskrevet, var svært bevisste på kvalitet og på å klassifisere produkter etter hvor produktene var produsert. De forsvaret det høye konsumet med ”kvalitetsbevissthet”, om ikke nødvendigvis overfor alle andre, så i alle fall for dem selv. Samtidig ønsker de å projisere et bilde av seg selv som vellykket og da kan det vanskelig forsvares å bruke produkter som blir kategorisert som produkter med *calidad nacional* (nasjonal kvalitet). Slike produkter symboliserer for dem både fattigdom og uvitenhet, noe de vil unngå å bli assosiert med. På Plaza Bolívar vil en person som bruker nasjonalt produserte klær avsløre at han ikke behersker den stilen som gir anerkjennelse, og han vil dermed bli sett på som en *ordinario* (ordinær). *Calidad nacional* er ikke kun nasjonalproduserte klær, men også klær som er importert fra land som det ikke er like positivt å identifiseres med. Jeg kjøpte mange billige skjorter i Venezuela som var produserte i Colombia. Disse skjortene ble klassifisert som *calidad nacional*. Ettersom de manglet merker og var relativt anonyme, passet de bra for meg når jeg var med *los intelectuales*, men slike klær ble ikke anerkjente blant gruppen ”unge moteløver”.

I Venezuela har mange en antagelse om at Europa og USA er de mest moteriktige stedene i verden, og at skal man være moteriktig, må man kle seg som en europeer eller nordamerikaner. Slik jeg ser det fører dette til at utenfor metropolene blir man mer opptatt av å kle seg slik som dem i metropolene, eller nærmere bestemt, som idéen om hvordan folk kler seg der. Ideen om hvordan moten er i metropolene er kanskje mer homogen enn hva ”virkeligheten” i metropolene er, og derfor vil mange kle seg etter et konstruert moteideal. Således kan det nærmest synes som om de utenfor verdensmetropolene ofte er mer ”moteriktige” enn dem som bor midt i metropolene hvor moten hevdes å bli skapt. Ungdommen i Mérida opplever mote som noe universelt og vil gjerne vise sin vellykkethet gjennom å være kledd slik at de viser de er opptatt av *la moda* (moten), ettersom dette er noe som gir dem positive tilbakemeldinger i ulike sosiale kontekster. Det er ikke bare viktig at man er pent og stilig kledd, men også at man følger med på hva som foregår utenfor landets grenser.

Et vakkert ytre

For bedre å forstå det ovenstående vil jeg se på dette i sammenheng med ”det visuelle” som noe sentralt i den venezuelanske hverdag. David Gilmore (1982) beskriver det søreuropeiske levesett som den ”latinske kultur”. Dette velger jeg å sammenligne med Venezuela som er en tidligere spansk koloni og som derfor har flere fellestrekk med sør-europeisk ”kultur”. Gilmore hevder det visuelle er et karakteristisk kjennetegn i den ”latinske kultur” (Gilmore 1982). Med det mener han at det ”å vise seg” for andre, med et vakkert ytre, er svært viktig i denne delen av verden. Det samme kan sies om Venezuela hvor de spanske tradisjonene føres videre. Et eksempel på dette kan være tyrefektere som er kledd i stramme klær for å vise sin maskulinitet og eleganse overfor kvinnen, mens de viser frem sitt uredde og tøffe ytre, til menn. Dette er en spansk tradisjon som i stor grad er preget av ”det ytre”, som er videreført til noen av de tidligere koloniene. Dans, bekledning og elegante bevegelser, står sentralt. I Venezuela finnes det for eksempel missekåringene for alt mulig, både *reina del sol* (”Miss sol”)³⁷ og *reina del agricultura* (”Miss jordbruk”). Missekåringene er på mange måter en viktig del av det sosiale fellesskapet i Venezuela.

Ser vi en parallell mellom det visuelle som et spesielt latinsk uttrykk, og dermed som kulturell kontinuitet i forhold til nyere påvirkningskrefter som betydningen av visuelle media og reklame, kan man få en dypere forståelse av hvor sentralt et vakkert ytre er i en latinsk kontekst. Goffman (1963) viser til at visuelle dimensjoner former roller i sosiale møter og bidrar i utformingen av sosiale identiteter. På bakgrunn av dette kan man si at konsum inngår i identitetsskapende prosesser. Den visuelle og tilsynelatende overfladiske kommunikasjonen med varer, representerer dermed noe mer grunnleggende og reelt i ungdommers livsverdener i Mérida. Konsum av bestemte varer som gir dem muligheten til å klassifisere seg selv og hverandre inn i lokale kategorier som innebærer prestisje.

³⁷ *Reina del sol* betyr direkte oversatt ”sol dronningen”, men blir her brukt i betydningen ”miss sol”. Under karnevalet blir de vakreste jentene tatt ut som ”misser” for diverse hendelser og produkter som regionen måtte være kjent for.

”Det gode liv” - livet utenlands?

Jeg vil se på ideen om at mote befinner seg i et sentrum og hvordan dette tolkes lokalt. Jeg vil med andre ord, se på det lokale i det globale (Friedman 1994). Betydningene av å fremstå som en person som kategoriseres som en *reconocido*, er viktig både for aktøren selv og de han/hun samhandler med. Dette må sees i sammenheng med hvilke signaler han/hun sender ut. Dyr mote gir ikke kun et inntrykk av at personen har mye penger, men skaper også et inntrykk av at man er nærmere ideen om det ”gode liv”, som befinner seg utenfor Venezuela. USA og Europa kan i denne sammenhengen oppfattes som et symbol på ”det gode liv” for mange venezuelanere.

Javier så på seg selv som annerledes enn andre i Mérida, gjennom hans form for reproduksjon av et europeisk-amerikansk moteideal. Han ønsket å kommunisere aspekter ved seg selv som indikerte at han var *moderno* og opptatt av *la moda*, slik som han trodde at ungdommene i de store metropoler var. Javiers måte å presentere seg selv på, er interessant sett i forhold til hans sosiale situasjon. Ved å bruke ”moteriktige” og dyre klær, som alltid var rene og velstelte, underkommuniserte han sin tilværelse som i stor grad var preget av arbeidsledighet og ”strøjobber”. Gjennom samtaler med hans venner og bekjente viste det seg at de hadde liten kjennskap til hans personlige historie. Det syntes som om det viktigste for vennskapet blant dem var måten de opptrådte på der og da. På den ene siden hevdet Javier å ha sin egen *estilo* hvilket han oppnådde gjennom å følge den dominerende *moda*. Han hevdet at det var mulig å følge *la moda* ved å kjøpe de klærne som ble masseprodusert og solgt i butikker, mens hans venner blant ”de unge moteløvene” hevdet at det var noe alle kunne gjøre, men kun dem med kjennskap til ”den gode smak” og rikelig med økonomisk kapital kunne ha sin egen *estilo*. Slik jeg ser Javiers hverdag representerer *estilo* for ham, det utenlandske motebildet, fordi utenlandsk mote representerer en idé om ”det gode liv”. Denne idéen som han deler med andre ”moteløver”, gir ham positive tilbakemeldinger på hans fremferd og fremtoning.

Jeg skjønnte raskt at Javier hadde sterke meninger om hva som var fine og ikke fine klær. Derfor ba jeg ham introdusere meg for hans venner som jeg antok var av samme oppfatning som ham. Javiers venner viste seg å være svært like ham selv, både med hensyn til sosial bakgrunn og hvordan de var kledd. De fleste var i arbeid, men flere studerte ved universitetet i byen. Felles for dem alle var at de

brukte mye tid og penger på sitt utseende, alt fra hårfrisyre til klær og sko skulle være mest mulig perfekt. De tilbrakte også svært mye tid på å snakke om klær, om hvor forskjellige plagg var kjøpt og hvilke merker de hadde. Mer enn en gang ble det referert til et plagg som vedkommende sa han ville ta på seg neste dag slik at vi andre skulle få se det. Pris og hvor klærne ble kjøpt stod sentralt og det var svært vesentlig at klærne hadde et utenlandsk merke. Misunnelse virket fraværende i slike sammenhenger, men straks en person hadde forlatt oss startet de andre med å analysere hans forbruk. Ulike ideer om hvordan han fikk tak penger, ble diskutert i gruppen. Javier fikk sterk kritikk, fordi de andre mente han var for opptatt av klær og aldri spanderte noe på dem i andre sammenhenger. Alle var allikevel enige om at han hadde svært fine klær og at han dermed tok seg godt ut. En annen formildende omstendighet var hans unge alder og det faktum at han ikke hadde noen far som kunne forklare ham hvordan han burde oppføre seg.

Ungdommene la stor vekt på at deres syn på mote sammenfalt med det som skjedde *ifuera* (i utlandet), eller *allá*. Ideen om å være lik et moteideal fra Europa og USA ble sterkt utfordret av mange av de utenlandske turistene som kom til byen og som på et vis representerte noe helt annet. Mérida er et yndet sted for ryggsekkurister fra USA og Europa, og de er ikke alltid like velkledde. Flere av mine informanter spurte meg om hvordan mennesker som hadde råd til å reise så langt på ferie, ikke kunne kle seg bedre. Bakgrunnen for dette spørsmålet lå i at ryggsekkurister ofte gikk kledd som om de var på fjelltur, selv inne på byens diskoteker. Jeg ble svar skyldig, men var selv veldig bevisst på å kle meg slik jeg gjør i Norge i et spedt forsøk på å skille meg ut fra deres nedlatende syn på ryggsekkuristers klesstil. Javier uttrykte allikevel at selv om turistene manglet hans forståelse for mote, var det likevel viktig å kjenne dem fordi man kunne lære mye av dem. Ryggsekkurister representerte ”det gode liv” og fungerte dermed som forbilder for mange unge i Mérida. De var pengesterke og bereiste og la ofte stor vekt på frihet. Dette gjenspeiler mange unges *merideños* idéer om det å være *moderno*, men selv om de sparte i årevis, ville det nærmest være en umulighet for Javier og hans venner å reise på samme måten som europeiske og amerikanske ungdommer. Javier mente at ryggsekkurister levde *la vida moderna* ettersom de representerte det individuelle og uavhengige, noe som kan sies å være nok et symbol på *la vida moderna*.

En hendelse som gjorde sterkt inntrykk på Javier, fant sted da en nyankommet utenlandsk ryggsekkтуриist som plutselig oppdaget varmen i Venezuela, bestemte seg for å gjøre om Lévi's buksen sin til shorts, mens han hadde den på, på en kafé, midt på dagen. Han klippet til og med to ulike lengder på beina. Denne handlingen som for utlendingen mest sannsynlig ikke betydde så mye, hadde stor innvirkning på Javier og hans venner. Det var nok en bekreftelse på hvor moderne og velstående turistene var. Javier måtte tross alt spare i lang tid for i det hele tatt å kunne kjøpe seg en bukse av samme merke, mens ryggsekkurister uten å tenke seg om kunne klippe den om til noe som knapt minnet om en shorts. Alle var enige om at denne utenlandske turisten var *loco* (gal), men allikevel gav de uttrykk for en viss misunnelse overfor dem som hadde mot til å gjøre noe slikt. Således kan man si at det er klare økonomiske begrensninger på hvilke "krav" til *la vida moderna* disse ungdommene hadde mulighet til å oppfylle. I en slik sammenheng er klær en liten investering i forhold til hva man får igjen, i form av økt prestisje og større oppmerksomhet. Jorge uttrykte det på denne måten: "*Jeg føler meg mer tilfredsstilt og får høyere selvtillit når jeg er kledd i moteklær*". Gjennom sitt høye konsum av klær ble Jorge til tross for sin dårlige økonomiske situasjon, sett på som en *reconocido*, og han var dermed blant de "vellykkede" på Plaza Bolívar.

Selv om "de unge moteløvene" så på konsum som et middel til å oppnå høy prestisje, var de også opptatt av å kritisere venezuelanske ungdommer som hadde tilgang til de materielle godene de bare kunne drømme om, slik som egen bil og muligheten til å reise. De kjente flere velstående, men sa at de ikke var interesserte i å bli venner med dem. De kalte dem *plasticos* (plastmennesker) eller *pajillas* (sugerør) og forklaringen på dette var at de var glatte som plast utenpå, men inni var det ingenting, hult som et sugerør. For en totalt utenforstående ville man ikke se noen forskjell på disse personene enten de var velstående eller ei, men innad i gruppen var det svært viktig å skille seg fra de velstående, fordi de kunne oppleves som konkurrenter. De var oppmerksomme på at dersom de velstående fikk dominere Plaza Bolívar ville "de unge moteløvene" miste litt av sin prestisje som *reconocidos*. Dette peker på en viss ambivalens, på den ene siden vil ungdommene gjerne konsumere mer luksusgoder og på den annen side knytter de negative kategoriseringer til dem som har det de selv drømmer om. Dette kan tyde på et ønske om at de både ønsker å være konforme, som en del av *el pueblo* (folket), men samtidig vil de gjerne være distingverte. I "The Consumer Society" av Baudrillard (1998) ser han på skillet mellom konformitet og distinksjon.

"The logic of differentiation is not generally made a principle of analysis by traditional sociology. That sociology identifies a 'need of the individual to differentiate himself' as one more element in the repertoire of individual needs, which it sees as alternating with the opposite need to conform" (Baudrillard 1998:92).

Slik Baudrillard (1998) ser det, har mennesket behov for å være både annerledes og lik i ulike kontekster. Han hevder at for å oppnå prestisje i ulike kontekster, må man ofte være del av en sosial kontekst som tolker de signaler en person sender ut. På den ene side innebærer identitet en absolutt likhet; at noe er identisk med noe annet. På den andre side refererer identitet til forskjeller; at noen er seg selv ved å være forskjellig fra noen andre (Jenkins 1996). Begrepet "mote" er også tvetydig og innebærer ideer om individualitet (ulikhet) og konformitet (likhet). I tråd med et slik syn på mote og identitet vil jeg understreke at mine informanters distinksjoner av klær og stil ikke var trivielle overflatedistinksjoner, men at dette inngikk i deres streben etter tilhørighet. Mote gjorde det mulig å være lik noen og samtidig skille seg fra andre. De mer velstående utgjorde ikke noe stort problem for integriteten til ungdommene på Plaza Bolivar, ettersom de vanligvis oppholdt seg andre steder.

Gjennom slike uttalelser som nevnt ovenfor, vil jeg hevde at begeistringen for fine klær hadde en symbolsk verdi for mine informanter som de selv var klar over. Siden de manglet økonomiske ressurser til å oppfylle sine ønsker, kompenserte de ved å konvertere sin begrensede økonomiske kapital gjennom svært bevisste klesvalg, som et middel for å oppnå prestisje blant venner. Dette skapte samtidig en følelse av tilhørighet i en gruppe hvor aktørene ønsket å fremstå som individuelle, men samtidig ønsket å identifisere seg med andre unge som var velkledd og som de mente representerte *la vida moderna* i Mérida.

Klær fra utvalgte butikker ble av de unge moteløvene gitt et utvidet innhold. Klesplagget ble tolket i forhold til hvor stor kunnskap aktøren hadde om *la vida moderna* og hva som skilte denne personen fra andre. Meningen i klesplagg lå ikke i selve objektet, men ble tolket gjennom et sett av distinksjoner og enigheter som gjorde aktøren mer eller mindre moteriktig. Det var ikke alle klær som gav like mye prestisje. Særlig var mine informanter opptatt av hvor

plagget var produsert. Noen trivdes med å gå med prangende merkeklær av typen Tommy Hilfiger eller med Levi's merket på brystet av en t-skjorte, mens mine hovedinformanter mente de hadde mer kunnskap om mote og derfor gikk med klær som de selv mente andre kunne se ikke var venezuelanske, men av fin europeisk kvalitet. Jeg vil i neste "case" vise hvordan Jesus, en gutt på samme alder som Javier, lettere oppnår høyere sosial prestisje fordi han har større tilgang til penger.

Jesus er i tillegg til å være "moteløve" også svært opptatt av musikk, både latinsk og ikke-latinsk. Kunnskapen om musikk gir han mer å "spille på" rundt seg selv som en moderne unge mann. Jesus' musikksmak beveget seg over et stort spekter fra moderne latinsk *rap* til *musica suave de ingles*³⁸. I særdeleshet var han opptatt av den elektroniske, monotone musikkformen som har oppstått i den senere tid. Den latinske rappen er i enda større grad enn europeisk og amerikansk rapp, politisk i sitt innhold. Tekstene er aggressive og kritiserer makthaverne og "kapitalismens ånd", gjennom symbolske tekster sunget på svært uformell spansk, med til tider svært vulgært språk. Jesus forklarte dette med at "politikere snakker og snakker med fine ord mens ingenting skjer". Disse musikere, derimot, beskriver ting slik de er, gjennom et språk som alle forstår. Jesus lyttet mye til slik musikk på radio og på ulike diskoteker. Han så på seg selv som en politisk oppdatert ung mann, som ikke minst var moderne i sitt uttrykk, både hva klær og politiske holdninger angikk. Han hadde også tid til dette, for mens jeg var på feltarbeid, var han arbeidsledig og fikk penger av sin mor mens han ventet på å begynne på universitetet. Hans klesstil var også, ifølge ham selv, en tolkning av den moderne "rappers" utseende; ung, moderne og i opposisjon til de etablerte kulturelle former.

Jesus er et eksempel på hvordan en ung gutt med tilgang til mer økonomiske ressurser, greide å utvide sin selvpresentasjon utover mote ved å uttrykke sin politiske bevissthet. Klær var også viktig for Jesus, men kom mer som en selvfølgelighet i og med at *mi mama paga* (min mor betaler). Det er dermed ikke sagt at økonomiske ressurser avgjør hvorvidt et individ kan ha politiske meninger, men det som er interessant er maktforholdet som ligger i tilgangen til penger. Jesus ble beskrevet av de andre som en *reconocido* samtidig som han var sympatisk.

³⁸ *Musica suave de Ingles*, betyr direkte oversatt "myk engelsk musikk", men i Venezuela er det en betegnelse på engelskspråklig popmusikk.

Jesus og Javier kom derimot dårlig overens. De vanket på de samme stedene, men der hvor Jesus kunne spandere en drink på en pike han likte eller på sine venner, måtte Javier og Jorge passe seg for ikke å bli kastet ut av en bar eller kafé fordi de aldri kjøpte noe. Til tross for ulik økonomisk bakgrunn, var Jesus like opptatt av det utenlandske som det Javier og Jorge var. Forskjellen lå i at Javier brukte prosentvis mye større del av sine ressurser på å forsøke å leve det han kalte *la vida moderna*. Jesus, på den andre siden, var mer oppdatert på undergrunns bevegelser både i Latin-Amerika og i USA og var i langt større grad politisk bevisst. Av den grunn kunne han lettere oppnå prestisje som en som hadde sin egen *estilo*. Stil er således ikke kun hvordan man går kledd, men også hvilke identiteter man spiller ut. Jesus hadde en større mulighet til å leve opp til det bildet av seg selv han forsøkte å projisere, blant annet grunnet hans økonomiske bakgrunn.

Gjennom nye markedsføringsteknikker ser vi at vestens markedsførere tar knekken på store deler av motmaktsbevegelser ved å ta opp i seg undergrunnsbevegelser og gjøre dem om til massekultur. Markedsføringsstrategier har endret seg betraktelig i løpet av 90-tallet, særlig i Europa og USA. Der det tidligere tok flere år før en perifer undergrunnsbevegelse kunne bli vurdert i kommersielle sammenhenger, går det i dag meget hurtig fra uttrykk blir skapt til det kan bli plukket opp og gjort allment gjennom bruk i for eksempel reklame. Musikk kan være et eksempel på dette. Tidligere var det store verdenskjente band som spilte i reklamefilmer, mens i dag kan et musikkband i et land som Norge få sitt gjennombrudd ved at musikken blir spilt i en reklamefilm. Reklamer kan dermed fungere som et kulturelt uttrykk og medfører at vi får et større forbruk av ulike ”stiler”. Jeg vil hevde at Venezuela ligger litt etter utviklingen i Europa og USA, men en kan tenke seg at om kun noen få år vil Venezuela oppleve de samme endringene. Fordelen er at der hvor det kommersielle gjennombruddet er vanskeligere, kan det være lettere å drive motstand mot de etablerte kulturelle normer uten at markedskreftene fanger opp uttrykket og kommersialiserer det ved å gjøre det tilgjengelig for alle. Dette gjør det lettere å skape sin egen stil uten å hele tiden være innovativ og skape nye uttrykk. Til tross for denne utviklingen vil jeg hevde i samsvar med Appadurai (1996), at individer knytter det globale inn i deres egne praksiser av det moderne. Lokale praksiser i Mérida sees på som et uttrykk for det som skjer *ifuera* (i utlandet) men til tross for stor interesse for utlandet snakker man også om moten i Mérida, den lokale forståelse av *la moda*.

Ettersom Europa og USA representerer makt og modernitet for mange venezuelanere kan det å konsumere importerte varer fra disse regionene, ses på som et symbol for deres streben etter

å leve et liv tilsvarende det de antar at menneskene i Europa og USA lever. Gjennom å bruke mye penger på goder som man kan få for både lavere pris og til samme kvalitet produsert nasjonalt, kan slike handlinger sees på som oppfyllelse av et ønske der symbolet erstatter virkeligheten. Eller slik Appadurai (1996) uttrykker det

"(...) anthropologists have learned to regard collective representations as social facts - that is, to see them as transcending individual volition, as weighted with the force of social morality, and as objective social realities. What I wish to suggest is that there has been a shift in recent decades, building on technological changes over the past century or so, in which the imagination has become a collective, social fact. This development, in turn, is the basis of the plurality of Imagined worlds." (Appadurai 1996: 5)

Konsum kan også sees i et mindre rasjonelt lys hvor økt prestisje og identitetsendringer ikke utelukkende dannes eller er formulert utfra en strategisk modell. Et annet perspektiv på konsum dreier seg om dannelsen av "personhood" noe som ikke utelukkende er strategisk fundert. Konsum blir viktig i en identitetsdannelse, der vekten legges på ønsker om hvordan en vil at livet og verden skal være (Friedman, 1994). Dette perspektivet stiller spørsmål ved en sterkt uttalt rasjonalitet og for liten grad av individuell improvisasjon og emosjonell utforming. I den senere tid har det i medier vært en stor fokus på en form for varefetisjisme som omformer identiteter til noe en kan fikse, markedsføre, kjøpe og selge. Identitetsdannelser har i større grad et eksistensielt aspekt og knyttes til opplevelser og dermed ikke bare strategiske selvpresentasjoner med bestemte målorienteringer. I samhandling forholder man seg til andre aktører og er nødt til å te seg på en eller annen måte. Enten det er bevisst eller ubevisst så finnes det bestemte kjøreregler for hva som er sosialt akseptert.

Caza gringos

Ser vi på det å etablere et forhold til en utlending som en strategi for å oppnå "det gode liv", kan en mulig strategi være å skaffe seg en utenlandsk kjæreste eller å bli kjent med turister av det annet kjønn. Fokuset mitt er ikke på parforholdet i seg selv, men på hvordan andre personer sanksjonerer og omtaler par der den ene parten er venezuelansk og den andre er

europaisk eller nordamerikansk. Det er mest vanlig at kvinnen er venezuelaner, mens mannen er utenlandsk

Puben *Alfredos* som er populær både for de lokale og turistene er en arena hvor slike relasjoner kan oppstå. I og med at det er mye turisme i Mérida finnes det puber og kafeer som er rent lokale og andre hvor klientellet er sammensatt av lokalbefolkning og turister hvor de lokale er vant til å omgås turister. Til tross for at det finnes et utall av formeninger om ulike grupper av turister og utlendinger, blir de fleste som ikke har spansk som morsmål eller som er lysere i huden enn gjennomsnittet i Mérida, kalt for *gringos*³⁹. *Caza gringos* betyr oversatt til norsk "å fange *gringos*" og er en negativt ladet betegnelse på venezuelanske jenter som prøver å finne seg en utenlandsk kjæreste eller tilbringer mye tid med utenlandske gutter. Det finnes flere årsaker til hvorfor mange jenter er interesserte i utenlandske gutter. En kan også spørre seg om ikke lokale gutter også var interesserte i utenlandske jenter. Jo, det var de, men forhold mellom venezuelanske gutter og europeiske eller nordamerikanske jenter forekom sjelden. Imidlertid er det viktig å presisere at en venezuelansk gutt som skifter kjæreste ofte, ikke blir sanksjonert på samme måten som jenter. Jenter blir passet på av foreldre, brødre og slektninger i langt større grad enn gutter. I følge mine informanter er begrepet *caza gringos* oppstått som en økebetegnelse på jenter, hovedsakelig av gutter, men også av andre jenter. Guttene var misunnelige på utenlandske gutter som lettere fikk kjæreste i Venezuela og jentene var misunnelige på de økonomiske fordelene disse *caza gringo* jentene fikk.

Venezuela er et land som er viden kjent for sine vakre kvinner, derav mange titler i *Miss Universe* kåringer. Dersom hun som representerer Venezuela ikke kommer til finalen i missekåringen, oppstår det straks en hissig stemning rundt om i hele landet, ettersom denne konkurransen er svært viktig for mange, ble jeg fortalt. Både kvinner og menn er veldig stolte over at de har så mange vakre kvinner i landet og skryter uhemmet av dette. Dette er noe både unge og gamle av begge kjønn er enige om og alle *Miss Universe*-titlene står som et bevis for dette. Mange utenlandske menn uttrykker at de kommer til Venezuela for å se på vakre kvinner og kanskje finne seg en kjæreste for en stund, eller en kone. Mange kvinner retter også stor oppmerksomhet mot utenlandske menn. Årsakene til interessen for utenlandske gutter er helt sikkert mange. Noen drømmer om pengene deres eller de ønsker simpelthen å

³⁹ Jeg har blitt fortalt at uttrykket *gringo* stammer fra tiden da USA hadde styrker i Mexico og mexicanerne lærte seg å si "green go", til de grønnkledde soldatene. På spansk ble dette *gringo* og dette har siden blitt et økenavn på nordamerikanere. I den senere tid har det også blitt mer vanlig å kalle europeere *gringos*, som et generelt økenavn på ikke-spansk talende utlendinger.

bli spandert på en hel kveld, mens andre er mer seriøse og ønsker seg en amerikansk eller europeisk mann som kan ta dem med til sitt hjemland, eller de blir rett og slett forelsket. Mange jenter synes å en stor utferdslstrang etter å ha hørt historier fra venninner og familiemedlemmer som har reist utenlands. Slik situasjonen er i Venezuela nå, er det kun de rike som selv kan betale en billett til Europa. De andre er avhengige av at noen andre betaler for dem. Å ”bruke” kjærligheten strategisk er for mange en lettere måte å komme seg til Europa på, i følge Javier, som hadde mange venninner som av andre ble definert som *caza gringos*. På den annen side har jeg vært i kontakt med mange som har vært noen år i Europa med en mann, men som har flyttet tilbake til Venezuela fordi de mistroldes eller savnet hjemlandet sitt. Jeg vil belyse dette med en samtale jeg hadde med 28 år gamle Liliana, som ofte var sammen med Javier på Plaza Bolivar og som er en av mine få kvinnelige informanter.

Under en samtale, spurte jeg Liliana hvorfor hun var så interessert i å bli kjent med utenlandske menn og hun svarte direkte:

Liliana: ”*Yo era una caza gringo*” (Jeg pleide å være ei *caza gringo*). ”Når jeg gikk ut 'på byen' så jeg alltid etter utenlandske menn”.

Jeg: ”Hvorfor det?”

Liliana: ”Jo, fordi utenlandske menn representerte noe helt annet enn hva venezuelanske menn gjorde for meg. Tenk deg som europeer at det kom mange kvinner til ditt land for å finne seg en mann. De var annerledes. De hadde mer penger, og de kunne ta deg med til steder du ønsket å dra til som du aldri hadde hatt råd til å reise til uten deres hjelp”.

Jeg: ”Mener du at det var en strategi for deg å finne en utenlandsk mann?”

Liliana: ”Hi hi, nei, først og fremst kjærlighet, men jeg er av den type kvinner som ikke liker venezuelanske menn. De er altfor maschoistiske. Mange av mine venninner som er gift med venezuelanske menn, blir slått av dem. Jeg ville ikke ha det slik. Jeg ville ha en kultivert mann, men det er en kjent sak her at europeiske menn behandler sine kvinner bedre. Min mann behandlet meg bra men...”

Jeg: ”Hvorfor kom du tilbake?”

Liliana: ”Europa behandlet meg ikke like bra som min mann.”

Jeg: ”Hva mener du?”

Liliana: ”Jeg reiste til England, lykkelig på alle måter, men England var ikke det jeg trodde det var. Det var vanskelig å få venner, og folk var veldig 'kalde'.

Venezuelanere er mye 'varmere' og mer åpne enn folk i Europa. For meg er Europa et veldig bra sted, men jeg kan aldri bo der permanent igjen, *Venezuela es mi tierra* (Venezuela er mitt fedreland).”

Dette samtalen viser ei ung jente sin søken etter lykken og hvordan hun på en måte har fått avkreftet ideen om at Europa er så mye bedre enn Venezuela. Samtidig nyter hun stor prestisje av å ha bodd der og av å ha reist til Europa flere ganger. I flere sammenhenger opplevde jeg at hun snakket veldig positivt om sine to år i England til sine venner. Når jeg var på tomannshånd med henne, derimot, fortalte hun mye av det negative hun hadde opplevd i Europa. Således opprettholder hun ”frontstage”, idéen om at ”det gode liv” eksisterer i Europa. Hun forklarer sin tilbakekomst til dem gjennom at forholdet gikk dårlig, men at det å bo i Europa var bra. Uansett hvordan hun opplevde Europa, så har hun vært der over lang tid og innehar en god del autoritet blant ”de unge moteløvene” på spørsmål angående hva som er moderne i Europa. ”frontstage” vil jeg hevde at Liliana nøytriser som en *reconocido* på Plaza Bolívar mens med et større innblikk i hennes ”backstage” opptredener, forstod jeg at hun trivdes bedre i Venezuela, men at hun likte den positive kategoriseringen av seg selv som hun hadde oppnådd på grunn av hennes kjennskap til det å bo i Europa. Liliana bekrefter i samhandling med andre at det ”gode liv” faktisk er utenlands, men slik jeg tolker hennes fortellinger er livet utenlands bedre når man er i Venezuela enn hva det faktisk var i utlandet.

Et annet aspekt ved kvinners søken etter kjærlighet hos en europeisk mann er, ifølge Liliana, ikke kun basert på det økonomiske aspektet, men det dreier seg også om hvordan kvinner blir behandlet i Venezuela. De kvinnene jeg hadde samtaler med i Venezuela presiserte at de så på den venezuelanske mannen som *el machismo*. *El machismo* er en patriarkalsk ideologi som naturliggjør og legitimerer mannlig overlegenhet⁴⁰. Det å velge seg en utenlandsk kjæreste, som antatt er mindre *machismo*, kan ses på som et opprør mot *el machismo* eller som en form for frigjøring. Europeiske menn ble sett på som snillere og mer forståelsesfulle enn venezuelanske, i følge Liliana. Imidlertid hersket det en idé blant mine kvinnelige informanter om at europeiske menn var mer puslete og manglet emosjoner i forhold til venezuelanske menn, men til tross for dette mente mange at europeere var enklere å leve sammen med. Det fantes således et utall av praktiske grunner til å velge en europeisk mann fremfor en

⁴⁰ Denne stereotypiske dikotomiseringen av kjønn stemmer imidlertid ikke overens med mine empiriske data. venezuelanske menn er ikke alltid sterke og kvinnene er ikke alltid underdanige. Forholdet mellom de to kjønn finnes i utallige versjoner. For eksempel viste Cecilia, mor til Javier, sin styrke i hjemmet hvor hun kontrollerte både huset og familieøkonomien.

venezuelansk. Tilgangen til denne informasjonen var begrenset grunnet at jeg hadde mest kontakt med gutter. Liliana og hennes venninner gjorde det likevel mulig å få et lite innblikk i den kvinnelige praksis.

Oppsummering

Jeg har i dette kapittelet vist hvordan flere av mine informanter prøvde å oppnå høyere sosial prestisje gjennom det å konsumere. Ved å signalisere stor materiell rikdom, kompenserer man for den manglende økonomiske suksess, ettersom mange tenker at suksess måles etter hva som konsumeres (Campell 1994). Det gjennomgående blant mine informanter var at de tilsynelatende var mer opptatte av å ”se ut som om de var vellykkede”, enn å faktisk jobbe for å bli det. Det kan synes som om de lurte seg selv ved at de nærmest ruinerte seg for å opprettholde en fin fasade, men på den annen side var det tydelig at de fikk anerkjennelse fra sine venner. Motivene bak et slikt konsum, kan i hovedsak ses som strategiske selvpresentasjoner for å se mer ”velstående” ut. Samtidig blir de mindre ”velstående” i den forstand at de bruker alle sine økonomiske ressurser på konsum av kostbare klær. Til tross for dette mener mine informanter at de kommer nærmere ideen om å leve ”det gode liv” fordi det å konsumere importerte moteklær skaper mening hverdagen. Ved hjelp av en bestemt type konsum og beherskelse av en stil, blir de kategorisert som *reconocidos*, noe som innebærer positive tilbakemeldinger og økt tilhørighet. I motsetning til det å ikke konsumere de rette godene og å risikere å bli kategorisert som en *ordinario*, noe som innebærer ekskludering og til en viss grad, stigmatisering. I et forsøk på å forstå disse lokale kategoriene har jeg tatt i bruk Goffmans begreper om ”frontstage” og ”backstage”, blant annet for å vise at kategorien *reconocido* til tross for at den ikke er like gangbar i samhandling med alle, faktisk gir økt prestisje i samhandling blant ”unge moteløver” på arenaen Plaza Bolivar.

Jeg argumenterer her i mot Wallerstein (i Knox & Agnew 1994) som hevder at import av goder kan føre til et felles ”world system” hvor man kan få tak i de samme produkter overalt og at man dermed får en homogenisering av verden. I Venezuela gis produkter slik som for eksempel McDonald’s hamburgere og plastikkdukkene man får når man handlet der, en annen mening for ungdom i Mérida enn for norsk ungdom. Nye produkter tillegges andre verdier i

Europa enn i et land som Venezuela. Jeg har ved å se på varen som bærer av tegn, vist at det å konsumere gir aktører mening og at former for prestisje tilskrives personer etter hva de konsumerer. På bakgrunn av argumentet i dette kapitlet hevder jeg at de kulturelle ulikheter og likheter til enhver tid vil være i forandring, men at de ikke vil bli identiske til tross for import og en, tilsynelatende, uforbeholden dyrking av det utenlandske.

Jeg har mot slutten av kapitlet vist at utlandet representerer en idé om ”det gode liv”, men eksempelet med Liliana viser at idéen om dette livet i Europa ofte er bedre enn ”virkeligheten”.

Kapittel 5:

LOS INTELECTUALES

*"Så sant som det er sagt min, min herre! Ervervet kunnskap burde være lovbeskyttet! Ta som eksempel en av våre flinke elever; beskjeden flittig, en som helt fra sine første skoleår begynte å føre ord og uttrykk inn i sin lille notatbok. Etter å hengt ved sine lærers lepper i tjue år har han til slutt lagt seg opp en form for intellektuelle spareskillinger: Tilhører ikke de ham på samme måte som et hus eller en sum penger?" (P. Claudel: *Le soulier de satin* i Bourdieu 1995:44)*

Jeg presenterer i dette kapittelet en gruppe mennesker som hadde en helt annen stil enn de unge moteløvene hadde for å endre og/eller vedlikeholde sin sosiale posisjon i nærmiljøet. Jeg tar her for meg kampen om innpass i "ikke konsumerende" sosiale kontekster, hvor beherskelsen av retorikk er langt viktigere enn hva og hvordan man konsumerer. Spørsmål jeg vil ta opp her er hvorfor det er så viktig for *los intelectuales* å presentere seg som intellektuelle, samt hvilke strategier og taktikker de tar i bruk overfor ulike mennesker og med hvilken hensikt.

Goffman (1992 [1959]) poengterer at når man kommer innenfor andre menneskers observasjonsfelt så må man forholde seg til deres reaksjoner på hva man gjør. Jeg tolker dette dithen at dersom jeg mener bestemte menneskers reaksjoner har betydning for meg, så vil jeg selvfølgelig oppføre meg på en slik måte som jeg antar vil få dem til å reagere på en måte som er tilfredsstillende for meg. Det kan jo være mye som påvirker dette, for eksempel hva jeg har å tilby dem i bytte eller hva jeg kan true dem med. Det Goffman (1992 [1959]) er opptatt av er reaksjoner som er basert på det inntrykk folk har av en selv. Dersom reaksjonene bestyrer noe for meg, så er det rimelig at jeg vil legge vekt på å opptre slik jeg tror vil skape et slikt inntrykk hos dem jeg er i kontakt med. Jeg vil med andre ord med mer eller mindre hell forsøke å bestyre min fremtoning på en måte som er konsistent med det inntrykk jeg ønsker å fremme. De jeg samhandler med vil se på den "*information I give*", det vil si den informasjon

jeg ønsker å bestyre i måten jeg ter meg på. I tillegg vil de se etter den ”*information I give off*”, det vil si informasjon som gir inntrykk som ikke samsvarer med det jeg selv har søkt å projisere i de adferds trekk jeg bevisst makter å bestyre, med andre ord adferdstrekk det ikke er så enkelt å bestyre bevisst.

Adferdstrekkene består altså av tegn som både er bestyrt og ikke bestyrt. Fra et slikt perspektiv ser man på sosialt liv som et ”*information game*” (Goffman 1992 [1959]). Fra dette perspektivet blir spørsmålet å finne ut hva slags adferdselementer som gir informasjon om trekk ved meg som mine omgivelser sanksjonerer positivt i sine reaksjoner på meg. Jeg har tidligere diskutert hvordan det i et miljø er trekk knyttet til standarder om mote og stil. Nå vil jeg se på et miljø hvor standardene referer til retoriske evner knyttet til det å gi inntrykk av beherskelse av kunnskap tilknyttet spesielle temaer. Retorikken er her det viktigste elementet av den selvpresentasjonen som belønnes positivt. Disse belønningene er nytten (*utility*) informantene er opptatt av å realisere, i møtene innen disse miljøene. Ønsket om å bli tilskrevet et spesielt sett av identiteter gjennom sine opptredener på en utvalgt arena, kan således sees som uttrykk for nyttemaksimering, uten at jeg mener at vi kontinuerlig opptrer utelukkende med rasjonell strategisk vurdering av ”*cost – benefit*” ved vår måte å fremtre på. I dette tilfellet dreier det seg om selvpresentasjoner og beherskelse av en stil som intellektuell, blant menn på Café Rodos i Mérida. Stilen som intellektuell innebærer å kunne beherske akademisk kunnskap og presentere seg som det på Café Rodos.

Kaféen som møteplass

Kafélivet i en latinsk kontekst fortøner seg ganske annerledes enn det gjør i Norge. Venezuelanere i alle aldre og samfunnslag går mye på kafé, enten for å spise lunsj, drikke kaffe med sine venner eller simpelthen for å møte andre mennesker. Særlig eldre menn⁴¹ sitter mye på kafé da de ikke arbeider og har mye tid. På kaféen diskuteres de fleste tema i løpet av en dag og for mange fungerer dermed kaféen som bedre kilder til informasjon enn både aviser

⁴¹ Som jeg skrev innledningsvis er denne avhandlingen i hovedsak basert på informasjon jeg har fått om menn fra menn, og således er den avgrenset i forhold til kvinnelig praksis både på grunn av problemer med innpass og egen kapasitet. Samtidig var det færre kvinner i bybildet enn menn. Cecilia hevdet at dette var fordi kvinner styrte hjemmet og ikke ville vise seg på gaten, ofte i frykt for at andre skulle se på dem som dårlige koner.

og tv. Her er det alltid en som vet om noe nytt, det være seg sladder fra nabolaget eller endringer i politiske situasjoner innenlands eller utenlands. Min spansk lærer, Orlando, fortalte meg om sin far som nettopp hadde rundet 70 år og som hadde vært kjøpmann hele sitt liv. Han satt i timesvis på kaféer hver dag rundt om i sentrum og var ifølge min spansk lærer, daglig like oppdatert på det nyeste innenfor databransjen som den politiske situasjonen rundt om i verden, uten å ha brukt en datamaskin eller å ha lest en avis. Således er kaféen et viktig møtested for sosial omgang, men også en viktig kilde til informasjon og diskusjon.

Ettersom feltarbeidet skred frem, begynte jeg å fatte stor interesse for en gruppe som hevdet at de var utenfor den "kapitalistiske konsumkarusellen". Jeg hadde tilbrakt mye tid sammen med "de unge moteløvene" som nærmest levde etter å konsumere klær for å øke sin sosiale prestisje. *Los intelectuales* er en gruppe som kalte seg selv for intellektuelle, som ikke søkte prestisje gjennom å konsumere varer man kan kjøpe for penger. Istedenfor å bruke de tegn som varen ofte innehar i visse kontekster (Appadurai 1988) prøvde denne gruppen å bli akseptert av formelt utdannede og av andre intellektuelle som dem selv, uten formell utdanning, ved å presentere seg selv som en del av den lokale intellektuelle elite. De var ikke organisert på noen måte og de jobbet ikke for noe felles prosjekt. *Los intelectuales* er en gruppe menn som tilbrakte mye tid på Café Rodos, og for å bli "medlem" av denne gruppen stod kunnskapsbeherskelse sentralt. Det var samtidig viktig å kunne håndtere atferdselementer om hvordan de forestilte seg en akademiker oppfører seg. Retoriske ferdigheter, kroppsspråk og uttrykt faglig autoritet i kompliserte diskusjoner var en viktig del av stilen, eller selve utførelsen, av det å være intellektuell på Café Rodos. For å forstå hvor viktig det er å beherske denne stilen vil jeg bruke Bourdieus begreper om kapital (Bourdieu 1995). Tenker vi at dess mer vi behersker en stil, jo mer kulturell kapital har man, forstår vi at å beherske en stil ikke kun er en strategisk måte å hevde seg på i hverdagen, men også noe som assosieres i forhold til hvilken posisjon man har i byen.

Julio som er *cronista*⁴² og bokselger søkte bakover i tid for å finne meningen med livet, som han selv uttrykte det. Julio var opptatt av å snakke om hvordan Mérida var forskjellig fra resten av Venezuela. Mérida er en universitetsby, de intellektuelles by, mens resten av landet er mer rettet mot produksjon. I og med at kunnskap, og søken etter den, er svært viktig for de

⁴² Oversatt til norsk kan man kalle dette en offisiell historieskriver jfr kapittel 1.

intellektuelle, hevdet han at det ikke var noen særlige forskjeller mellom fattig og rik i Mérida, fordi så lenge man har sammenfallende interesser betyr ikke forskjellig sosial og økonomisk plassering noe. Dette utsagnet fascinerte meg ettersom mitt inntrykk var det motsatte, at de velstående hovedsakelig hadde kontakt med andre velstående. Inntrykket mitt er at de såkalte rike ikke var å finne i sentrum, men vanligvis brukte fritiden sin på den lokale ”Country Club”, hvor ingen uten et kostbart medlemskap hadde adgang.

***Los intelectuales* som en empirisk kategori**

Los intelectuales er en uavhengig gruppe personer, men som hadde så mange fellestrekk at jeg velger å kategorisere dem som én gruppe. De ser ikke på seg selv som en gruppe, men da jeg under et senere opphold i byen presenterte dem for denne tanken, var de enige i at de kunne sees på som en gruppe i og med at de alle var intellektuelle, og at de ”presenterer” seg selv som intellektuelle. Det største fellestrekket ved dem var at de alle opptrådte etter et ideal om å strebe etter kulturell og akademisk (gjerne historisk) kunnskap. Det å kunne uttale seg i kompliserte samfunnsmessige spørsmål samt å trekke inn historiske årsaker til hvorfor verden er som den er, var en viktig faktor for å kunne bli definert som en intellektuell. Selv brukte de tituleringen, *intelectual* (intellektuell) om seg selv for å vise til at de var mer beleste enn hva folk flest var. Det var også viktig å ha evnen til å tenke på mange flere sider av en sak og sette den opp i mot historiske hendelser for å kunne skjønne meningen, i motsetning til hva de mente de fleste andre venezuelanere kunne.

Gruppen består av menn uten offisiell utdanning⁴³ som presenterer sine ideer for bekjente og ukjente over en kopp kaffe på Café Rodos eller andre steder i sentrum av Mérida. Ingen av dem var spesielt pengesterke, men uttrykte ofte at de ikke tilhørte samme ”klasse” som de andre lavtlønnede i Venezuela. *”Nosotros somos diferente, somos intelectuales”*⁴⁴ (vi er annerledes, vi er intellektuelle). De forklarte at de var annerledes ettersom de hadde en

⁴³ Studier ved universitetet var uaktuelt for *los intelectuales*, forklarte de meg, både fordi de nå er godt voksne og avhengige av inntekt og fordi det å tilbringe tid sammen med studenter istedenfor professorer ville være et tilbakeslag for dem.

⁴⁴ Til tross for av at de så på seg selv som forskjellige fra andre i Mérida, definerte de seg selv inn i den økonomiske lokale klassesdistinksjonen *clasa media baja* (lavere middelklasse), men understreket at dette var en økonomisk distinksjon og at *los intelectuales* i motsetning til de fleste andre, levde for kunnskap ikke for penger.

grunnleggende boklig interesse og retoriske ferdigheter, og de hevdet at de fleste andre venezuelanere manglet disse kvalitetene. De var opptatt av å plassere seg selv sosialt. Jo mer kunnskap om litteratur, historie og kulturelle fenomener, dess høyere prestisje oppnådde man som intellektuell, ble jeg forklart av Julio, som etter hvert ble en av mine viktigste informanter. Rangen ble uttrykt etter hvem som var mest *importante* (viktig) for det intellektuelle liv i Mérida, og dermed ble sett på som en *reconocido* (anerkjent person). Blant *los intelectuales* brukes termen *reconocido* for å vurdere hvor viktig en person er for samfunnet i forhold til andre. Som Julio uttrykte det: ”*Nosotros somos muy importante por la vida cultural en Mérida porque sabemos muchas cosas importante sobre la historia de Venezuela*” (Vi er svært viktige for det kulturelle liv i Mérida fordi vi vet mange viktige ting om Venezuelas historie).

Los intelectuales så på seg selv som hevet over andre med lignende økonomi, fordi de hadde mer kjennskap til den boklige sfære enn de fleste andre som ble kategorisert inn i den lokale klassesdistinksjonen *clasa media* (middelklassen). Lokale klassekategorier er i stor grad skiftende kategoriseringer og en essensialisering som skaper både tilhørighet og avstand. For *los intelectuales* var det grunnleggende å bli godtatt av dem med formell akademisk utdanning. Et viktig skille mellom *los intelectuales* og dem med formell akademisk utdanning, var nettopp forskjellen i inntekt samt at det å være vitenskapelig ansatt ved et universitet eller å ha sitt virke som for eksempel advokat, automatisk gav høyere prestisje, grunnet den iboende prestisje som synes å ligge i offisielle yrkestitler eller grader (Bourdieu 1995).

Ved flere tilfeller var jeg sammen med Carlos når han holdt et foredrag eller presenterte en bok, og hver gang ble jeg overrasket over hvor viktig det var for ham å hylle de store autoriteter i lokalsamfunnet, alt fra guvernøren til kjente journalister og forfattere. Han presenterte seg om en representant for de nytenkende og *la vida cultural* (det kulturelle liv)⁴⁵ i Mérida, men i praksis viste han seg som en som aksepterte de grunnleggende maktstrukturer. På den annen side representerte han noe ”opposisjonelt” i måten han sammen med de andre i *los intelectuales* levde på, i og med at de ikke jobbet slik som storparten av befolkningen gjorde med vanlige arbeidsdager, men var i opposisjon til et slikt system hvor mennesker blir tvunget til å arbeide for penger.

⁴⁵ *La vida cultural* (det kulturelle liv) kan sammenlignes med det vi i norsk dagligtale kaller for ”finkultur”; kjennskap til litteratur, kunst og teater osv.

Jobb og fritid

Jobbsituasjonene til *los intelectuales* var vage. I begynnelsen av feltarbeidet hadde jeg problemer med å få forstå hva de gjorde for å tjene penger til livets opphold. Enklere var det å få vite hva de hadde arbeidet med tidligere. Tidligere hadde de vært alt fra håndverkere, og bakere, til tyrefektere; med andre ord hadde de svært forskjellige bakgrunner. Felles for alle var imidlertid at de ikke hadde gått på universitetet eller hadde annen formell akademisk utdanning. Ettersom feltarbeidet skred frem, og jeg fikk en større forståelse av hva de holdt på med, viste det seg at nesten alle sysselsatte seg selv med egne prosjekter, gjerne med støtte fra staten for å foreta historiske eller kulturelle prosjekter, som de selv kalte det. Uten daglig arbeidsgiver jobbet de ikke så lange dager og skrøt mye av at ”*no tengo horario*” (jeg har ingen timeplan), noe som gav stor frihet i hverdagen til å gjøre hva man måtte ønske, for eksempel å sitte på kafé med meg. I slike tilfeller blir arbeidssituasjonen og den offisielle virksomheten et slags skalkeskjul for deres mer sinnrike tilværelse, som finner sted, på kaféen, uten lønn. Ser vi på deres fremtoning på kaféen som et aspekt ved *los intelectuales* ”frontstage” opptreden, som sider ved dem selv hvor de søker å kommunisere i gruppene, kan man analytisk si at deres arbeid er en ”backstage” arena som det er vanskeligere å få tilgang til. Denne tanken kan virke litt bakvendt fordi arbeid ofte regnes som tilhørende den offentlige sfære mens fritid, slik som det å gå på kafé, tilhører en privat sfære (Goffman 1992 [1959]).

”Backstage” defineres i forhold til de aktørene man samhandler med i ”frontstage”. Det interessante med ”backstage” er at man der er i interaksjon med andre aktører hvor man kan være mer avslappet i forhold til det å bestyre sin adferd. I ”backstage” opptredener er det mindre viktig å gi informasjon som er konsistent med det bildet man ønsker å presentere i ”frontstage” adferd på kaféen. Det er derimot viktig å påpeke at ”arbeidssituasjonen” til *los intelectuales* er en egen ”frontstage” som også kan ha sin ”backstage”.

Fritiden ble brukt aktivt for å strategisk presentere seg selv som intellektuelle. Et annet aspekt ved *los intelectuales* sine ”backstage”-opptredener, var når de befant seg i situasjoner hvor de kunne slappe av og kommentere ting uten å bli vurdert. Når de møtte personer som ikke vurderte dem i forhold til det ”image” de forsøkte å opprettholde på kaféen. Slik jeg opplevde det, oppsto slike situasjoner sammen med fremmede og utlendinger som ikke kjente dem eller hadde grunnlag for å forstå hvor viktig *los intelectuales*’ kunnskapsbeherskelse var.

Fremmede blir godt mottatt fordi man vet at man kan lære noe av dem og dermed blir det interessant å lytte til det de har å fortelle. Turismen har gjort at flere og flere får førstehånds informasjon om hvordan dagliglivet fortoner seg både i Europa og i USA. Selvfølgelig finnes det språkbarrierer, men i og med at mange turister blir i Sør-Amerika over lengre perioder og lærer seg litt spansk blir det ofte grunnlag for en samtale. *Los intelectuales* utnyttet sitt potensiale som kunnskapssøkere aktivt, både for å lære og for å heve sin prestisje på kaféen med å være de personene som var kunnskapsrike på sine felt. Over tid hadde de opparbeidet seg en sosial prestisje som gjorde at folk lyttet til dem når de snakket, mens sammen med fremmede og utlendinger kunne de slappe mer av. Blant andre på kaféen ble *los intelectuales* kategorisert som *reconocidos*. Den lokale kategorien *reconocido* innebærer ikke det samme for *los intelectuales* som for ”de unge moteløvene”, men i begge tilfeller dreier det seg om å bli kategorisert som anerkjent i kraft av det å beherske en stil. Stilen *los intelectuales* strebet etter å beherske var det å være intellektuell og å bli sett på av andre som intellektuell, hovedsakelig i samhandling på Café Rodos.

***Los intelectuales* og formelt utdannede akademikere**

Det var likevel ikke kun overfor de andre i gruppen *los intelectuales* at det var viktig å bli anerkjente. *Los intelectuales* ønsket også å bli aksepterte av gruppen ”formelt utdannede akademikere”, i den grad det lot seg gjøre. Det gav i alle tilfelle en viss prestisje innad i deres egen gruppe, dersom de ble sett sammen med akademikere og dersom det så ut til at de ble respekterte og aksepterte av dem. Jeg vil ved hjelp av følgende ”case” vise hvordan Alfredo, en av medlemmene i *los intelectuales* gruppen, taklet det å være sammen med de formelt utdannede akademikere på deres arena.

Fra intellektuell til klovn

Ved én anledning, da det var bokmesse i Mérida spurte Alfredo meg om vi skulle møtes på en bar slik at vi kunne dra til bokmessen sammen etterpå. Vi ble sittende en stund på baren, og jeg la merke til at Alfredo på mange måter forsøkte å gjøre seg interessant overfor meg ved å holde tilbake informasjon. Jeg

spurte ham hva han syntes om situasjonen i Venezuela, men han nektet å svare fordi han mente at hans meninger om landet ikke var ment for andres ører. Han skulle heller fortelle meg om dette en annen gang når vi var alene. Videre la han hodet litt på skakke og hvisket meg i øret: ”*Det kan bli problemer hvis jeg sier det jeg mener, og andre hører de.*” Jeg tenkte at han virkelig hadde en radikal mening om Venezuela, men kunne ikke forstå at den var så radikal at han ikke kunne si det på offentlige steder, på et bord over et par øl. Det kunne synes som om han forsøkte å gjøre seg interessant overfor meg, som om dette var et forsøk på å gjøre seg mer intellektuell enn hva han var. Han trivdes derimot veldig godt med å fortelle om hans fortid, at han hadde bodd tre år i Europa hvorav 6 måneder i Moskva. Alfredos⁴⁶ klær var anonyme og ikke alltid like rene. Han kalte seg selv for fotograf, men etter kameraet å dømme gikk ikke butikken noe bra. Fotografititelen virket på meg som et strategisk alibi for å omgå andre finkulturelle personer i Mérida. Etter noen øl tok Alfredo meg med bussen opp til et sted kalt *Hotel School* som var omgjort til en slags bokmesse hvor mange intellektuelle var samlet, i følge Alfredo. På *Hotel School* var det mange mennesker, og vi kjøpte begge noen bøker og hørte på presentasjoner av ulike bøker, både skjønnlitterære og faglige. Utpå ettermiddagen presenterte Alfredo meg for en gruppe som han omtalte som sine venner. Vi satte oss ned sammen med dem og pratet. Det virket som om at Alfredo var redd for at jeg skulle gjennomskue ham for et eller annet, fordi han oppførte seg uvant. I tillegg begynte han å bli en smule full. Dem vi møtte svarte på spørsmål om hva de drev med på en stolt, men likevel beskjeden måte. Derimot presenterte de hverandre som; ”*en av Venezuelas beste malere*”, ”*litteratur lærer på universitetet*”, ”*forfatter av mange bøker*” og ”*en velkjent og utrolig bra poet i Venezuela*”. De var veldig interesserte i høre om mitt prosjekt som student i sosialantropologi på feltarbeid i Venezuela, men hyggelige på en overbærende måte mot meg som person. Stemningen steg etterhvert som vi fikk flere øl til bordet, og Alfredo utstøtte hele tiden vulgareiteter. Alle lo høyt og lenge av Alfredo sine vitser, men et par av dem holdt et godt øye med meg, og himlet med øynene som for å bekrefte at Alfredo var ”annerledes”. De lo av ham og kalte

⁴⁶ Utseendet til Alfredo er svært påfallende på grunn av hans råtne tenner. Slike tenner kan fungere som et tegn på at han er fattig og at han har vært fattig en god stund. Fine tenner synes derimot å være et tegn på velstand og høy utdanning.

ham *amigo* (venn), men til tross for dette, virket det som om at han ikke fikk innpass i deres intellektuelle diskusjoner, hvilket jeg i mye større grad gjorde. Jeg måtte svare og vurdere alle typer spørsmål om hvordan kunst og kultur ble formidlet i Norge, og hvilke støtteordninger som fantes for forfattere og kunstnere og lignende. Alfredo taklet ikke denne sosiale sammenhengen, hvor det ble servert øl, på samme måte som resten av gruppen. Han drakk mer øl og betalte langt færre runder enn oss andre.

I løpet av denne ettermiddagen endret Alfredo betraktelig karakter, han beveget seg fra å være den litt rare men kunnskapsrike og beleste kafégjesten, til klovnen Alfredo som underholdt den ”virkelige intellektuelle eliten” i Mérida. Han var ikke en av dem, og jeg fikk inntrykk av at det måtte heller ikke jeg tro at jeg var selv om jeg kom fra Europa og hadde gått på universitetet i mange år. Denne hendelsen bekrefter på mange måter forholdet mellom *los intelectuales* og den formelt utdannede ”intellektuelle eliten”. Alfredo fikk ikke full aksept, men ble heller ikke utestengt fra deres samhandling. Alfredo manglet penger til å kjøpe øl til resten av oss. Dette kan sees på som et meningsbærende tegn for at han var gjerrig eller mer sannsynlig, ikke hadde råd til å legge ut for 8-10 venner. Dette var noe som tydelig senket hans midlertidige rang. Alfredo selv ønsket å være deres venn, men han greide ikke å spille ut samme type kunnskapsbeherskelse som de formelt utdannede akademikerne, og hans retoriske evner ble heller ikke verdsatt like mye som de andres.

Slik jeg opplevde Alfredo denne dagen forandret hans opptreden seg mye. Jeg tolker dette dithen at hans følelse av underlegenhet gjorde ham mer nervøs eller oppmerksom på hans egen måte å være på, og derfor ble han til klovnen Alfredo. Evnen til å spille ut sin klovnerolle for å få anerkjennelse kan være en strategi for personer som ellers har vanskelig for å hevde seg i forhold til standarder som vanligvis understrekes i ”akademiske” omgangskretser.

Bourdieu (1995) hevder at makt- og dominansforhold blant annet manifesteres gjennom konsum, livsstil og smak. Økonomisk kapital kreves for å kunne tilegne seg gjenstander, mens symbolsk og kulturell kapital fordres for å kunne forstå smakens kvalitet, hva som er definert til en høyverdig karakter. Alfredo sitt møte med denne eliten viste at det lå et maktforhold både i det å ha mer økonomisk kapital og å kjenne smakens kvalitet. Smak fungerer som en synlig sosial markør av hvem man er, eller vil være. Alfredos utseende, kroppsspråk og ordlegging ble et bevis på at han ikke tilhørte gruppen noe som kanskje var viktig for gruppen

av formelt utdannede for å manifesteres deres sosiale rang. Hvis vi ut fra Goffman (1992 [1959]) ser på dette som en strategi fra Alfredos side, for å knytte til seg de ”rette” vennene, lyktes han. Selv om han ikke hadde penger til øl, så var han lystig og ble bedre kjent med akademikerne. Neste gang akademikerne kommer til Café Rodos, har Alfredo flere felles historier som sannsynligvis styrker samholdet. På kaféen hvor Alfredo vanligvis er sammen med resten av *los intelectuales*, kan samhold og felles historier med de formelt utdannede akademikerne gjøre at neste gang de kommer til Café Rodos setter de seg ned sammen med ham og slår av en prat. Fint folk til bords kan innad i *los intelectuales* miljøet, konverteres til kulturell kapital (Bourdieu 1995). For å oppnå høyere prestisje ved å bli sett på som en *reconocido* på Café Rodos, er møter med formelt utdannede akademikerne svært viktig. Felles historier slik som hendelsen på *Hotel School*, gjorde at Alfredo senere hadde utdypet sitt forhold til akademikerne og hadde en kameratslig tone med dem når de møttes. Ved å se på Alfredos opptreden på *Hotel School* under bokmessen som en strategisk handling for å bli bedre kjent med akademikerne, kan det synes som om han lyktes da han ved flere senere anledninger var i sentrum på Café Rodos når akademikerne vi traff besøkte kaféen. Resten av *los intelectuales* som ikke hadde vært på *Hotel School*, fikk understreket at Alfredo hadde mange kontakter i det akademiske miljø i byen, og han kom dermed nærmere sitt uttalte ønske om å være en *reconocido*.

Hva ønsker aktørene å gi uttrykk for?

I og med at aktørene i *los intelectuales* manglet formell utdanning, men allikevel arbeidet og uttalte seg som om de hadde det, var de svært opptatte av å ”vise” sin kunnskap til personer med høyere utdanning enn dem selv innenfor det legitime system (Bourdieu 1995). Det kan syntes som om advokater, universitetsansatte og lignende, fungerte som forbilder for *los intelectuales*. Personer med høy utdanning eller en jobb som automatisk ga høy sosial prestisje, ble sett på som en kunnskapselite som det var viktig å være venner med, fordi man blant annet kunne lære mye av dem og kanskje bli en *reconocido* som dem. Andre motiver for å være med en allment akseptert kunnskapselite, kan være at det å bli sett sammen med disse kanskje gjør at man blir definert som en av dem, av utenforstående. Denne sistnevnte faktoren syntes som den mest sentrale. Gruppen uten formell utdanning jobbet hardt på et sosialt plan

for å opparbeide, eller beholde sin status som *intellectual*. En markant forskjell mellom de med formell utdannelse og de uten, var at de med en tittel hadde større tyngde til å uttale seg i intellektuelle spørsmål fordi de var akademikere. *Los intelectuales* måtte forklare sine uttalelser på en helt annen måte for å få aksept for argumentet sitt, trolig fordi de manglet kjennskap til det hegemoniske akademisk miljø. Således ser jeg en todeling av den intellektuelle grupperingen, *los intelectuales* og de formelt utdannede. *Los intelectuales* må hele tiden posisjonere seg riktig for å få innpass hos den mer etablerte gruppen, som jeg vil hevde fungerer som forbilder. Av den grunn la de selverklærte intellektuelle veldig stor vekt på at de samhandlet med de ”rette” aktørene. Som sosiale personer på Café Rodos var de formelt utdannede akademikere svært hyggelige og kunne fortelle meg mye interessant, men ofte fikk jeg en følelse av at de kun snakket ut i fra hvilken posisjon de hadde i lokalsamfunnet eller hvilken akademisk tittel de hadde. Av den grunn opplevde jeg dem som veldig belærende og lite ydmyke i forhold til sin egen kunnskap.

Min kontakt med *los intelectuales*, på kaféen i det offentlige rom sammen med de formelt utdannede akademikere, var i det man kan kalle for ”frontstage”. Når akademikere ikke var til stede fikk jeg også en tilgang til en mer uformell arena som jeg i tråd med Goffman kaller ”backstage”. Det var via denne arenaen jeg lærte *los intelectuales* best å kjenne, gjerne på tomannshånd. På tomannshånd⁴⁷ ble samtaler ofte veldig uformelle, og jeg fikk innblikk i deres tanker om hverdagen. Særlig interessant var det ved sammenligning av de formelle møtene (”frontstage”) sammen med akademikere og den mer kameratslige tonen (”backstage”) kun med meg som lytter. Et eksempel på ulik informasjon var måten *los intelectuales* snakket om politikk på under valgkampen. I sammenheng med mange til stede presenterte de sine politiske synspunkter med stor forsiktighet og hele tiden i opposisjon til den sittende makt, men også kritiske til de presidentkandidater som var lansert. Jeg vil i det følgende eksempelet vise hvordan Carlos og Julio lanserte en annen versjon i samtaler sammen med meg.

Los intelectuales presenterte den sittende president, Rafael Caldera, som en dårlig leder. Han var alt for gammel, over 80 år, og hadde ingen politisk handlekraft. Julio og Carlos gledet seg

⁴⁷ Jeg prøvde å avtale tidspunkter vi kunne møtes, men det viste seg å være lite fruktbart både fordi de sjelden holdt avtaletidspunktet samt at vi da måtte ha et tema å prate om. Temaet skulle være undervisende for meg i og med at jeg var i Venezuela for å lære, og dermed ble det ofte lange monologer hvor det virket som om de var

derfor til valget for å få inn nye friske krefter og få fjernet den ”*senile pensjonisten*”, som de kalte Caldera. De hadde selv stemt på Caldera ved forrige valg, men det var for fem år siden, og da var han mye yngre. Både Julio og Carlos stemte nå på presidentkandidaten Hugo Chávez. Som tidligere nevnt har nasjonalisten Chávez sin bakgrunn fra militæret. Han ledet også kuppet mot regjeringen i 1992 med hjelp av deler av hæren, noe som resulterte i at han satt tre år i fengsel etterpå. Chávez’ strategi gjennom valgkampen gikk ut på å kommunisere og bevare det han kaller de ”virkelige” venezuelanske verdiene og for på denne måten å styrke landet som en nasjon. Hans stilte ofte opp på TV for å tale til folket omsvøpet i det venezuelanske flagg. ”*Han skal igjen samle Venezuela som nasjon*”, hevdet informantene mine, ”*og få slutt på korrupsjon i regjeringen samt satse mer på venezuelanske produkter*”. Men blant motstanderne til Chávez hersket det frykt for hva denne *hombre loco*⁴⁸(gale mannen) kunne utrette, og mange så på ham som svært farlig for Venezuela grunnet hans militære bakgrunn. Blant *los intelectuales* var imidlertid synet på Chávez som presidentkandidat, splittet. Den ene delen så en optimisme med hensyn til en sterkere nasjon gjennom en sterk nasjonalistisk leder, som kunne få folket til å få en sterkere nasjonal identitet og dermed økt stolthet over sin egen nasjon. Dette ville føre til at landet ble samlet og kunne stå sterke sammen mot utlendinger, og dette ville gjøre Venezuela til et bedre land for alle, da særlig for *el pueblo* (folket, underforstått de fattige). Mens den andre delen var redd for hva Chávez kunne finne på og påpekte hans retoriske triks. Senere da Hugo Chávez faktisk ble valgt til president for republikken, forundret det meg at de som gav uttrykk for å være intellektuelle ikke var i felles opposisjon mot makten, men at de svelget hans enkle nasjonalistiske argumenter. Opposisjonen til Chávez var stort sett blant dem som regnes for å være rike og intellektuelle, av den grunn at de fryktet at han skulle skattlegge dem mer og militarisere landet på en måte som kunne gjøre det vanskeligere for dem å beholde sine sterke posisjoner. Chávez’ retorikk var stort sett rettet mot den fattige og ikke utdannede delen av befolkningen, med andre ord, majoriteten. Dette viste seg å være et smart trekk ettersom han i dag fremdeles sitter med makten.

Hvilke prosesser er det som gjør at *los intelectuales* mangler integritet nok til å støtte en motmakt i den politiske debatten? En forklaring på dette kan være at Chávez tross alt har

mest ute etter å bekrefte sin egen kunnskap. Ved tilfeldige møter fikk jeg inntrykk av at jeg som antropolog fikk delta mer i deres vanlige samhandlingsform, således lærte jeg også mer ved tilfeldige møter.

⁴⁸ *Loco* betyr gal, men brukes også i en del andre sammenhenger. *Loco* er ikke ensbetydende negativt, men kan også tas i bruk som en vennskapelig term for å uttrykke at noen gjør noe som er vilt eller på sidelinjen av det normale. (Egen definisjon)

vunnet flest stemmer hos *el pueblo* (folket), som *los intelectuales* jo er en del av. Akademikerne, derimot, som fungerte som forbilder for *los intelectuales* på en rekke andre områder, gav derimot uttrykk for at Chávez var en farlig mann som kan kunne komme til å militarisere hele landet grunnet hans bakgrunn som kuppleder og militær. Gjennom deres politiske standpunkt tok Julio og Carlos en viktig avgjørelse i forhold til sine forbilder. De lot det skinne gjennom hvem de stemte på og viste solidaritet med *el pueblo* (folket), til tross for at de var klare over at de fleste akademikerne tok sterk avstand fra disse standpunktene. Til tross for at *los intelectuales* gjerne ville bli som akademikerne, viste de her en styrke ved å stå fast ved sine politiske valg, og de oppnådde dermed respekt hos de andre på kaféen samt at både akademikerne og *los intelectuales* fikk et nytt tema å diskutere.

Kunnskap som identitetsmarkør

Newmans's "Falling from Grace" (1988) gir, som tidligere nevnt, en rekke eksempler på sosial mobilitet blant middelklassen i U.S.A. I de fleste samfunn finnes et omfattende eller generelt system av lagdeling, og de fleste steder medfører dette en idealisering av de høyere lag og dermed en viss aspirasjon fra de lavere lag henimot de høyere. Det er viktig å være klar over at dette ikke bare innebærer et ønske om høyere prestisje, men også et ønske om å komme nærmere "det hellige senter" for dette samfunnets gjengse verdier. Klatring oppover eller det å unngå å skli nedover i et sosialt hierarki, kommer ofte til uttrykk gjennom tegn som brukes til å opprettholde fasaden (Newman 1988). Når en aktør først har tilegnet seg ressurser til, og kompetanse i, å spille ut adferdstrekk som tas som tegn på sosial posisjon kan disse tegn brukes til å utsmykke og kaste glans over den daglige opptreden. De viktigste meningsbærende tegn som jeg setter i forbindelse med sosial klasse, består av de symboler som uttrykker materiell rikdom. I Mérida var de mest kommuniserte tegn på vellykkethet knyttet til visuelle goder, slik som klær og biler. *Los intelectuales* gav imidlertid avkall på de visuelle godene ved å fokusere på sin identitet som kunnskapsrik og intellektuell.

Mitt fokus har vært å finne ut hvorfor det er så viktig for *los intelectuales* å presentere seg som intellektuelle og hvilke strategier og taktikker de tar i bruk, overfor hvem. Mange av mine yngre informanter, som studerte ved universitetet, hadde ingenting til overs for denne gruppen. De kalte dem for gamle dilettanter som ikke hadde annet å gjøre enn å sitte på kafé

og skryte overfor alle og enhver, om alt de kunne. I følge de unge studentene var det kun gjennom skryt de kunne oppnå sosial prestisje ettersom de faktisk ikke kunne noe. Akademikere jeg hadde kontakt med, så på *los intelectuales* som noen ”originaler” som var svært driftige tross mangelen på formell utdannelse. De hadde langt større respekt for dem enn hva som var tilfellet for blant mine yngre informanter. Imidlertid var det viktig for dem å understreke at jeg måtte være klar over at *los intelectuales* faktisk ikke hadde gjennomgått den akademiske læreprosess. Dette var noe de minnet meg om til stadighet når jeg traff dem på Café Rodos.

Café Rodos var en relativt enkel samhandlingsarena for *los intelectuales*, fordi det som tidligere nevnt, var stor sirkulasjon av mennesker her, og de personene som oppholdt seg her hadde derfor en gylden mulighet til å diskutere problemer og ideer med både kjente og ukjente. Utenfor kaféen var situasjonen annerledes fordi der hadde ikke *los intelectuales* samme bekjentskapskrets og manglet en arena til å presentere seg selv som intellektuelle, og det ble derfor vanskeligere for dem å kommunisere sin særegenhet. Ser man på det å være intellektuell som en rolle, spilles denne rollen mye sterkere ut på kaféen enn på andre arenaer. Jeg traff mange av mine informanter fra kaféen andre steder i byen, men da var de ofte mer lavmælte og ikke like ”belærende” i sin måte å være på. Dersom jeg tok dem med meg til en bar om kvelden, kunne de gjerne la seg engasjere i en debatt om de viktigste fotballagene i Europa, en samtale som ville vært uhørt på Café Rodos. Jeg tolker dette dithen at det å være intellektuell ikke var like viktig for dem i kontekster hvor de manglet det ”rette publikum”.

Ved å ta i bruk Goffmans (1992 [1959]) analyse for å forstå prosesser av selvpresentasjoner, vil jeg hevde at det sosiale samspillet på Café Rodos kan ses på som et rollespill hvor opptredener og fasader i ulike kontekster står sentralt for å forstå bakenforliggende meninger i aktørenes handlinger. Som jeg tidligere har vist, var det stor forskjell mellom *los intelectuales* ”frontstage-” og ”backstage-” opptredener på kaféen. ”Backstage” opptredener på kaféen har jeg knyttet til de situasjoner hvor aktørene kan slappe av og dermed slippe å tenke på hvordan de oppfører seg eller på hva de sier. Et eksempel på ”frontstage-” opptreden kan være når *los intelectuales* møter formelt utdannede akademikere, som i tilfellet med Alfredo.

"Det er underforstått når en person spiller en rolle at iaktakerne skal ta det inntrykk han ønsker å gi alvorlig. De oppfordres til å tro at den de ser faktisk er i besittelse av de egenskaper han utgir seg for å ha, at den oppgave han utfører vil

få de følger han stilltiende påstår, og at forholdene i sin alminnelighet skal være som de ser ut til å være." (Goffman 1992:24 [1959])

Dramatisering av egne aktiviteter og roller er viktig for at aktørers handlinger skal kunne få betydning for andre og for at de skal kunne se hvor viktig eller arbeidskrevende denne aktiviteten er. En forklaring på en bestemt type opptreden, kan for eksempel være et ønske om å vise oss fra en side som gjør oss bedre enn hva vi er. *Los intelectuales* opptredener er ikke nødvendigvis basert på et kynisk spill for å gjøre dem selv mer interessante, men kan simpelthen være en fruktbar håndtering av egen identitet for å kunne komme nærmere ønsket om å heve ens sosiale posisjon i lokalsamfunnet, uten å nødvendigvis "lykkes" økonomisk. Ut fra det ovenstående vil jeg hevde at de har funnet en måte de faktisk kan komme nærmere sitt uttalte ønske om å bli sett på som *reconocidos*. Derimot vil de mest sannsynlig aldri oppnå samme grad av anseelse i lokalmiljøet som en person med en formell akademisk utdanning vil kunne oppnå. I så tilfelle vil det være en annen type anseelse, hvor de greier å fri seg fra den "legitime kulturs" strukturer (Bourdieu 1995). Personer med formell høyere utdanning kommuniserer en rekke meningsbærende tegn om hvilken sosial klasse de tilhører, samt hvilke spørsmål de har "rett" til å uttale seg om, på bakgrunn av deres yrkestitler. For eksempel har en advokat på Café Rodos større autoritet i politiske spørsmål enn hva som er tilfellet for *los intelectuales*, til tross for at personen uten utdanning kan ha større innsikt i spørsmålet enn hva advokaten har. *Los intelectuales* opplever ofte et dilemma i slike sammenhenger, ettersom de på den ene siden gjerne vil bli en del av den lokale kunnskapselite, mens de på den andre siden er i opposisjon til utdanningssystemet. De prøver å oppnå samme prestisje som de som har en formell utdanning, men uten intensjoner om å skaffe seg en slik utdanning.

Hvordan kle seg som *intelectual*

Kleskodene til *los intelectuales* er også markant forskjellige fra de formelt utdannede. De kledde seg stort sett uformelt, mens advokater som oppholdt seg på kaféen var formelt antrukket i hvit skjorte og dress. Dressen symboliserte både god økonomi og at man hadde en så høy posisjon lokalt at man måtte være kledd etter formelle kleskoder. Imidlertid sporet jeg kleskoder også for *los intelectuales*. De kledde seg gjerne anonymt med få prangende farger, i motsetning til mange andre av kaféens gjester. Antrekkene deres kunne like gjerne brukes til hverdags, samtidig som de var fine nok til å delta på mottakelser og åpninger av kunstutstillinger. I motsetning til hos "de unge moteløvene" eksisterer en rekke selvpålagte begrensninger for hvordan man kunne gå kledd i det intellektuelle miljøet på Café Rodos. *Los intelectuales* kan for eksempel ikke gå med hvit skjorte og dress slik som advokatene fordi de da vil bli sett på som jålete av de andre i gruppen. Ved å ta i bruk en kleskode som var mer anonym symboliserte de en form for seriøsitet i forhold til dem som gikk kledd i t-skjorter og dongeribukser. Klær fungerte dermed også som tegn for *los intelectuales*, men ikke på samme måte som for "de unge moteløvene". *Los intelectuales* bærer sine klær for å uttrykke tillit i forhold til hvem de er, ikke for å heve sin sosiale prestisje gjennom dem (Goffman 1992 [1959]).

Los intelectuales presenterte seg selv og andre i gruppen som det de ønsket å være, nemlig intellektuelle. Ofte ble jeg presentert for nye personer, hvor det i presentasjonen ble sagt at denne mannen var en intellektuell. Etter slike møter kunne jeg spørre mine informanter hvorfor han vi traff var intellektuell, og da fikk jeg til svar at; "*el sabe muchas cosas*" (han kan mye om mange ting). Jeg fikk også gjerne høre noen av merittene hans, om hva han hadde skrevet eller at han skrev mye og at han kanskje skulle gi ut en bok i nærmeste fremtid. Ofte fortalte *los intelectuales* historier om hverandre til meg, som satte andre av *los intelectuales* i et dårlig lys. Historiene var særlig rettet mot en annens oppførsel som lite intellektuell eller som jålete. Carlos hadde klengenavnet *el Niño* (gutten) fordi han brukte mye tid på sitt utseende for å prøve å se mer velstående ut enn han var, men han kunne samtidig komme med flåsete kommentarer som ikke stod i stil med bekleddningen hans, hevdet hans nære venn Julio. Mens Carlos på sin side fortalte meg i samtaler på tomannshånd, at Julio egentlig ikke kunne så mye: Han var bare flink til å prate. Jeg hørte aldri lignende historier som stilte en formelt utdannets intellektuelle posisjon under kritikk. Dette viser at *los intelectuales* hele tiden vurderte hverandre, men aksepterte de formelt utdannede som

intellektuelle for den de var. Dette bekrefter deres aksept av de etablerte kodeksene for individuell prestisje som de, slik jeg ser det, selv var utfordrer til.

Konsum av kunnskap

Bourdieu (1995) hevder at smak i forhold til filmer, litteratur og lignende, er bestemt av individets klasses tilhørighet og sosiale plassering. Med klasses tilhørighet mener han ikke økonomiske klasser, men en fiktiv gruppering ettersom Bourdieu hevder at samfunnsklasser ikke eksisterer (Bourdieu 1995).

"Det som finnes er et sosialt rom, et rom av forskjeller, og i dette rommet finnes klassene som en slags virtuell tilstand, som samlinger av punkter, altså ikke som et faktum, men som noe det dreier seg om å gjøre (...) Posisjonen en innehar i det sosiale rommet, det vil si i strukturen av fordelingen av ulike former for kapital (kapitalformer som også er våpen), bestemmer forestillingene om dette rommet og standpunktene en inntar i kampene for å bevare det eller forandre det". (Bourdieu 1995: 42)

Bourdieu (1995) hevder videre at man kan konstruere *teoretiske klasser* som et klassifikasjonsverktøy. Faren ved å bruke begrepet teoretiske klasser er, at dette lett kan bli oppfattet som virkelige klasser eller det kan bli sammenblandet med Marx' klassebegrep som går i retning av en gruppe som blir definert ut fra forhold til produksjonsmidlene som eier eller eiendomsløs, en gruppe mobilisert for et felles mål mot en annen klasse. Gjennom Bourdieus (1995) begrep om *teoretiske klasser* er makt knyttet til de herskende klassers symboler. De herskende klasser vil være den delen av befolkningen som bestemmer rangeringen av symboler. Det samme gjelder god og dårlig smak. Han hevder at nyrike og de som vil oppover i samfunnslagene, vil forsøke å tilegne seg så mange symboler på den gode smak som mulig. Bourdieu kaller dette for konvertering av kapital. Et eksempel på konvertering av kapital kan være å forsøke å konvertere økonomisk kapital som velstand, til symbolsk kapital som kulturell prestisje i form av kjennskap til for eksempel kunst og litteratur. Bourdieu sier videre at det ikke er noen umulighet å kjøpe seg symbolsk kapital,

men kunnskapen om den gode smaken står i visse sammenhenger over det å ha mye penger. Det synes rimelig å bruke Bourdieus analyse av den gode smak som et analytisk inntak til hvordan *los intelectuales* prøver å heve sin sosiale prestisje som *reconocidos* på en måte som ligger utenfor pengeøkonomien.

”Vitenskapelig observasjon viser at kulturelle behov er produkter av opplæring: Undersøkelser slår fast at alle former for kulturell virksomhet og alle preferanser når det gjelder litteratur, billedkunst eller musikk er nært knyttet til utdanningsnivå (målt etter utdanningstittel eller antall år), og deretter knyttet til sosial bakgrunn” (Bourdieu 1995: 44).

Ettersom *los intelectuales* har liten mulighet til å tilegne seg økonomisk kapital gjennom det livet de lever, vil jeg ved å bruke Bourdieus analytiske verktøy vise at de prøver å konvertere sin kunnskap om til kulturell kapital. De oppnår prestisje gjennom viten, og deres kunnskap blir ikke kun en levevei, men en strategi for å stige eller beholde sin posisjon innenfor visse samhandlingsarenaer. I tillegg kan *los intelectuales* gjennom å ha svært begrensede økonomiske ressurser, hevde at de hever seg over det kapitalistiske konsum. På denne måten snur de sin dårlige økonomiske situasjon til noe positivt gjennom å stå frem som ”tenkende”, som ikke vil konsumere så mye av hensyn til miljø og viser samtidig en motstand mot kapitalkreftene. *Los intelectuales* gikk ikke på McDonalds, de kjørte ikke bil og ga alltid uttrykk for at de som konsumerte mye var uvitende, og derav kunne klassifiseres som mindre intellektuelle enn dem selv, og de tilskrev dem således en lavere prestige enn de selv mente å besitte. Jeg hevder at *los intelectuales* leter etter prinsipper for atskillelse slik som kunnskap om historie og litteratur, og bruker disse aktivt i et uttrykt ønske om sosial differensiering der de som intellektuelle vil bli sett på som *mas importante* (viktigere) enn venezuelanere flest. Ser vi dette i forhold til Bourdieus begrep om teoretiske klasser, synes det som om *los intelectuales* streber etter å få aksept for at deres symboler skal rangeres høyere hos dem Bourdieu (1995) kaller for de herskende klasser, de som bestemmer rangeringen av symboler.

Los intelectuales vil vise hvem de er gjennom å understreke hvilken kjennskap de har til kulturelle koder, slik som smak og kjennskap til litteratur. I sammenheng med Bourdieus analyse av hvordan smak er distingverende ser jeg videre på denne distinksjonen som et mål for å oppnå en høyere sosial plassering. Dette kan skape en del sosiale konnotasjoner som er ønskelige i forhold til det man gjerne vil oppnå. En strategi kan også være å prøve å distansere

seg fra den kapitalistiske konsumkarusellen. På mange måter kan det synes som om de prøver å skape en mer frigjort diskurs i forhold til de etablerte normer. Selv om de til en viss grad spiller etter de ”herskendes” spilleregler, mangler *los intelectuales* tilgangen til den økonomiske kapitals akkumulerende logikk, som ifølge Bourdieu (1995) i stor grad styrer vitenskapsfeltet. Jeg vil med det følgende eksempelet vise hvordan Julio engasjerer seg i boksalg både for å tjene penger og for å øke sin prestisje som intellektuell.

For å spe på inntekten selger Julio brukte bøker som han har kjøpt billig i hovedstaden, Caracas. Tilbake i Mérida selger ham dem videre med liten fortjeneste. For hvert boksalg diskuterer og forklarer han om boken til kundene sine. Han har vært bokselger så lenge at han har en rekke faste kunder innenfor det akademiske miljøet, slik at han slipper å oppsøke så mange for å selge. Når han treffer bekjente diskuterer de gjerne bøker over en kopp kaffe, og Julio foreslår eventuelle bøker han måtte ha med seg eller bøker han har hjemme som kan være interessante for videre lesning.

Bokselger-geskjeften gir Julio en viss anerkjennelse blant både akademikere og *los intelectuales*, grunnet hans store kjennskap til litteratur, både skjønnlitteratur og historiske bøker. En slik anerkjennelse kan være mer verd for Julio enn penger. Ved å beherske stilen som en ”intellektuell” og ikke som en ”simpel” selger, kan man ved hjelp av Bourdieus kapitalformer se på denne anerkjennelsen som en form for symbolsk kapital som manifesteres i prestisje og intellektuell respekt.

Oppsummering

Gjennom Bourdieus begrepsapparat ser jeg på *los intelectuales* som en gruppe som har som mål å heve sin kulturelle kapital. I motsetning til de fleste ikke-utdannede prøver de ikke å øke sin sosiale prestisje gjennom å gi uttrykk for å ha en høyere økonomisk kapital enn hva tilfellet er, men de forhandler derimot med den legitime elite om sin kulturelle kapital. Disse forhandlingsprosessene foregår hver eneste dag på Café Rodos, hvor *los intelectuales* er i samtaler med personer innad og utenfor deres egen gruppe. Den viktigste forhandlingsparten er uten tvil personer med formell akademisk utdanning. Disse fungerer som representanter for den ”legitime kunnskap”. I det hierarkiske utdanningssystemet tas det i følge Bourdieu (1995) for gitt at den med høyest utdanningstittel ikke bare blir rangert høyere i sosiale sammenhenger, men tittelen tas som en garanti på at han/hun har alle de kunnskaper dem med lavere titler innehar, i tillegg til de ekstra kunnskapene man trenger for å få en høy akademisk tittel (Bourdieu 1995). For *los intelectuales* fungerer den legitime orden innenfor universitetssystemet både som et mål og som en fiende; som et mål fordi det var prestisjen innenfor dette miljøet de søkte og som en fiende fordi så lenge de ikke hadde noen universitetsgrad, ville de aldri oppnå like høy prestisje innen det akademiske miljø, samme hvor mye kunnskap de tilegnet seg. Bourdieu beskriver kunnskapen til de selvlærte på denne måten:

"Kunnskapene blir som perler uten snor, de er ervervet gjennom en egenartet læring, uten kjennskap til de institusjonaliserte og standardiserte etappene og hindringene, til studieprogrammene og læreplanene som gjør skolemessig kultur til en hierarkisert og hierarkiserende helhet av kunnskaper som viser til hverandre. Manglene, hullene, de tilfeldige klassifiseringene i de selvlærtes kultur eksisterer bare i forhold til en skolemessig kultur som klarer å skjule det tilfeldige i sine klassifiseringer, og som har myndighet til å få anerkjennelse til og med for sine huller." (Bourdieu 1995:143).

For Bourdieu (1995) medfører frigjøring mindre herredømme innenfor kommunikasjon og at vilkårene for å tilegne seg det universelle blir tilgjengelig for alle. Men ved å kun analysere eiendomsforholdene og hvordan kapitallogikken styrer aktørene innenfor de ulike feltene, som blant annet media og vitenskap, går man glipp av hvordan teknologien former. Selv om

Bourdieu erkjenner at det ikke finnes, eller at det er svært vanskelig å skape en ”herredømmefri diskurs”, så forsøker han å beskrive hvordan teknologien former kommunikasjon. Bourdieu retter oppmerksomheten mot den manglende tilgangen til teknologien og han hevder at den kapitalakkumulerende logikken i for stor grad også styrer medie- og vitenskapsfeltet.

Los intelectuales søker høyere prestisje ved å spille på sin rolle som kunnskapsrike. *Los intelectuales*' atferd kan forklares på ulike måter. Jeg har i hovedsak fokusert på ønsker om å heve sin prestisje i det lokale hierarkiet med formelt utdannede akademikere som målestokk. Antar vi at det eksisterer et *habitus* (Bourdieu 1977), en slags kode for samhandling som man automatisk handler etter uten å tenke oss om, kan vi se på deres handlinger og deres måte å leve på som uavhengig av ønsket om å heve sin sosiale prestisje i lokalmiljøet. Drivkraften kan heller være ønsket om å være del av en gruppe. I Goffmans terminologi vil *habitus* vises i ”information given off”, det vil si informasjon i mine adferdstrekk som jeg ikke bevisst makter å bestyre (Goffman 1992 [1959]). Eksempler på dette kan være dialekt eller måter å reagere på som man har internalisert ved å vokse opp i en bestemt klasse. Alle må opptre på en eller annen måte i samhandling, og årsakene til en bestemt opptreden kan være både bevisste og ubevisste. Stereotypier av ”oss” og ”dem” kan således være et utgangspunkt for hvordan personer ser på seg selv. Ved å være en del av *los intelectuales* er det å kommunisere sin kunnskap overfor andre viktig både for følelsen av fellesskap og tilhørighet. I tillegg projiserer de forskjellige bilder av seg selv på kaféen. Imaget de uttrykker er mest gangbart på Café Rodos hvor det er stort spillerom for ”intellektuelle samtaler”, som de kaller det. På baren Alfredos var ikke dette ”imaget” like vellykket. Her var musikken høy, og de lange diskusjonen rundt politikk, litteratur og kunst i Venezuela ble byttet ut med samtaler om vakre kvinner eller ølprisene. I slike situasjoner ser man at de samme personene opptre helt annerledes så snart konteksten blir endret.

Los intelectuales viste seg å være en gruppe med stor innflytelse på kafélivet, noe som var en viktig del av det offentlige rom i Mérida. Ønsket om høyere prestisje er ikke nødvendigvis den eneste årsaken til mine informanternes oppførsel, men følelsen av tilhørighet og solidaritet til en gruppe kan også være sentrale årsaker. Stil har jeg sett på som selve utførelsen av det å være intellektuell. Hvordan en person ter seg og behersker den intellektuelle stil på Café Rodos, kan gjenspeiles i hvordan han blir behandlet på av de andre på kaféen. Til tross for at det å presentere seg selv som intellektuell ikke nødvendigvis bringer med seg økonomiske

fordeler, vil jeg hevde at ved å få mer respekt og positive tilbakemeldinger innad i et miljø opplever aktørene at deres livsverdener blir mer meningsfulle. Jeg har tolket noe av motivasjonen for disse handlingene som et ønske om å heve sin sosiale rang i bestemte kontekster.

Kapittel 6:

Å SKAPE SIN EGEN IDENTITET I MÉRIDA

Gjennom avhandlingen har jeg presentert to ulike grupper, ”de unge moteløvene” og *los intelectuales*. Disse gruppene har flere fellestrekk i forhold til sosial bakgrunn, klassetilhørighet og til hvordan de behersker en spesiell stil som kan sies å være en kilde til rangering, men de har også en del ulike trekk i forhold til alder, klesstil, smak og måter å uttrykke seg på. ”De unge moteløvene” er opptatt av å skape et inntrykk av at de konsumerer ”mest mulig” mens *los intelectuales* forsøker å ta aktivt avstand fra et slik konsummønster gjennom presentasjoner av seg selv som intellektuelle personer som ikke interesserer seg for materielle goder men som søker mening gjennom kunnskap og ”forståelse av verden”. Til tross for disse ulikhetene vil jeg hevde at det forekommer lignende prosesser for selvpresentasjon blant medlemmene i begge gruppene, både med hensyn til strategier og motiver som ligger til grunn for handlingsmønstrene.

Begge gruppene klassifiserer seg selv inn i den lokale middelklassekategorien *clasa media baja* (nedre middelklasse). De har alle liten tilgang til økonomisk kapital og håndterer ulike aspekter ved deres identitet ved å spille ut spesielle roller på utvalgte samhandlingsarenaer. Jeg har sett på prosesser der aktører handler etter et ønske om å øke deres sosiale prestisje for å komme nærmere deres drømmer om ”det gode liv”. Handlingsmønsteret setter store begrensninger for aktørene i forhold til hvilke andre aktiviteter de kan delta i. Javiers store kleskonsum blir, for eksempel, begrensende i forhold til det å kunne tilbringe tid på kafé. Han er bortvist fra mange av dem etter å ha sittet der, dag etter dag uten å kjøpe noe. Til tross for de økonomiske begrensningene deres handlingsmønstre gir fortsetter de med sine prioriteringer. Dette mener jeg viser at aktørene gjør noe som er viktig for dem, og som gir dem mening og en grad av kontroll i hverdagen deres. Dette samsvarer med Wilks tolkning av konsumenter i Belize (Wilk 1994). Wilk foreslår en forklaring på konsum, hvor drømmen om stor tilgang til materielle goder, er en drøm man vet er uopnåelig, men allikevel kan man for eksempel se på konsum av kunnskap eller klær som et instrument som viser en form for ”fremgang” (Wilk 1994). Konsum av kunnskap eller kommersielle varer kan dermed gi

aktørene en følelse av kontroll, som et ”tegn” på at man er på vei i riktig retning, oppover i et sosialt klassifiseringssystem.

Jeg har også sett på deres ønske om å bli *reconocidos* (anerkjente) som jeg ser på som en streben etter å heve ens sosiale prestisje på ulike samhandlingsarenaer. Begge gruppene har et uttalt ønske om å bli *mas reconocido* (mer anerkjent) i det lokale miljøet. Dette har jeg sett på som et konkret og uttalt ønske om å heve sin sosiale prestisje. Medlemmene av begge gruppene bruker mye av sin tid, samt økonomiske ressurser, på å presentere seg selv i forhold til det bildet de ønsker andre skal ha av dem som mest mulig vellykkede.

Økt rangering på en arena, kan derimot føre til lavere rangering på en annen arena, og dermed kan man si at det synes som om aktørene har tatt et bevisst valg i forhold til hva som er viktig for dem og i forhold til hvem som er deres ”signifikante” andre, samt hva og hvem som gir dem mest positive tilbakemeldinger. Hvilke strategier som tas i bruk varierer med hensyn til alder og interesser. De personene mine informanter kategoriserte som den lokale overklasse (*la clase alta*) hadde mulighet til å gjøre det mine informanter drømte om, både det å reise utenlands eller det å få seg en akademisk utdanning i ung alder. Imidlertid ble *la clase alta* ofte omtalt i negativt ladede termer slik som *plasticos* (plastmennesker) og *pajillas* (sugerør), og informantene mine gav uttrykk for at de ikke ville være sammen med dem, fordi de mislikte måten de oppførte seg på. De som ble kategorisert som tilhørende *la clase alta* fungerte allikevel på en måte som forbilder for personene jeg skriver om. De hadde mange materielle goder og/eller en akademisk grad som var det informantene mine drømte om, eller som de forsøkte å fremstå som om de faktisk hadde. Imidlertid har jeg gjennom avhandlingen valgt å fokusere på ønsker om å oppnå prestisje blant aktører som ble definert av andre og definerte seg selv i samme lokale klasse kategori; *clase media baja* (lavere middelklasse).

Informantene mine behersket ulike stiler som de hevdet var deres egne eller at de kom gjennom inspirasjon fra utlandet (USA og Europa), eller fra kjente akademikere. De så ikke på seg selv som etterligninger av den økonomiske elite, og således kommuniserte de en avstand til *la clase alta*, noe som er med på å skape større grad av tilhørighet innenfor gruppen og som dermed styrket graden av samhold. ”De unge moteløvene” var svært opptatte av å ha sin egen klesstil eller av å fremstå som inspirerte av europeisk eller nordamerikansk klesstil. Den felles økonomiske klassebetegnelsen, *clase media baja* som aktørene selv definerte seg inn i hadde en stor betydning for hvordan de oppfattet seg selv. Dette satte

samtidig premisser for hvilke muligheter de hadde. De visste at det skulle svært mye til for å bli rangert høyere i det lokale klassehierarkiet, men imidlertid syntes det som om det var nettopp dette som motiverte dem. De økonomiske skillene i Venezuela er brutale, og for å klatre i det lokale klassesystemet er terskelen svært høy. Jeg har sett på det å oppnå høyere sosial prestisje som en av motivasjonsfaktorene til mine informanters handlinger, men selv om de var klar over at det nærmest var umulig å gjøre dette beholdt de likevel drømmen og jobbet midlertidig for å oppnå mer sosial prestisje i mindre kontekster. ”De unge moteløvenes” handlinger kan også sees på som motstridene i forhold til det å stige innenfor en lokal klassekategori som måles etter økonomiske ressurser, ettersom de brukte alle sine disponible midler på å opprettholde en stilfull fasade. De mente likevel å komme nærmere målet om å bli *reconocidos*.

Et interessant aspekt i forhold til målet om å bli en *reconocido*, er at informantene mine ønsker å være unike aktører, samtidig som de har en kollektiv oppfatning vedrørende hva som er bra og hva som gir prestisje. De kan lett oppfattes som ”konforme” av utenforstående (Baudrillard 1998). Blant ”de unge moteløvene” gir nye klær høyere sosial prestisje, mens hos *los intelectuales* er det ofte gode argumenter i diskusjoner på kaféen eller antall publiserte artikler som gir en lignende prestisje som *reconocido*. Det er ikke dermed sagt at de får økt sosial prestisje i andre sammenhenger. Således er det prestisjen innad i gruppene som synes viktigst for informantene mine. Selv om de gir uttrykk for at de også ønsker å bli sett på som *reconocidos* i andre miljøer, er det først og fremst gjennom samhandling på henholdsvis Plaza Bolivar og Café Rodos at deres selvpresentasjoner er gangbare. Jeg hevder at det forekommer et aspekt av gruppetilhørighet i det å ha et felles rammeverk for selvpresentasjoner. Dette kan gjøre hverdagen lettere å takle for personer som lever i en verden der muligheten for å klatre på en sosial rangeringsstige er svært begrenset.

Noe som fascinerte meg ved disse personene var hvor mye tid og ressurser de la ned i sine prosjekter. Jenkins (1996) mener at vi aktivt identifiserer oss selv og ”de andre” men vi blir samtidig selv identifisert av ”de andre”. Han skiller mellom ”self-image” og ”public-image”. Jenkins skriver “[t]hey seek to 'be' - and to be 'seen to be' - 'something' or 'somebody', to assume successfully particular social identities” (Jenkins 1996:22). Altså ønsker aktørene i størst mulig grad å bli tilknyttet kategorier som gir positive konnotasjoner, slik som *reconocido*. Klassekategoriene informantene mine plasserer seg selv inn i, vitner om en kollektiv enighet om at de ser på seg selv som relativt langt nede på en økonomisk

klassifiseringsstige. Med en slik økonomisk klassifisering av seg selv, sammen med en drøm om ”det gode liv” som noe man kan oppnå et annet sted eller på et senere tidspunkt, kan det synes som om det er en annen kollektiv, nærmest en moralsk enighet, om at man skal og bør strebe etter noe som er bedre enn ”det man har i dag”. Det kan synes som om man skal leve etter moralen i en Hollywood produsert film, som enkelt sett kan hevdes å være; ”følg drømmen din, så går alt bra til slutt”. Ved å se slike sosiale enigheter som grunnleggende faktorer for aktørers handlinger er det lettere å forstå hvorfor en ung gutt bruker alt han tjener på en genser, fordi da kan han vise at han har kommet nærmere sin drøm, om å leve *la vida moderna* (det moderne liv).

Et spørsmål som fremtrer fra dette, er hvorvidt disse gruppene lykkes i sin søken etter ”det gode liv”. Er det målet i seg selv som er lykken eller er det selve ”søkerfasen” som faktisk blir ”det gode liv”. Det kan synes som om det er når man ”viser” at man ønsker å endre ens sosiale identitet, at man kommer nærmere ens idealer. Idealet om ”det gode liv” kan således være en representant for det man streber etter, men ikke nødvendigvis hvordan man tenker seg at fremtiden blir. Folks handlinger er ikke alltid konsistente med deres drømmer og hvilke strategier de bruker for å komme nærmere ”det gode liv” kan i visse tilfeller sies å føre dem i motsatt retning og lenger vekk fra den uttalte drømmen. Et eksempel på dette er Javier som ønsker å reise utenlands for å leve som en europeer. Europeere har kanskje dårligere tid i hverdagen enn Javier, men flere har en mulighet til å reise på grunn av bedre økonomi og generelt høyere levestandard. Javier på sin side prøver bare å se ut slik han tror de ser ut. Han lærer seg ikke engelsk, og han sparer ikke penger til slike reiser, selv om dette er hans uttrykte mål. Dette viser at Javier ikke bare er en nyttemaksimerende aktør (*rational man*), ettersom han ikke er strategisk i alle sine handlinger ved for eksempel å spare penger til en flybillett (Barth 1994). Hans fasade av moteriktige klær og interesse for det moderne står i sterk kontrast til hvordan han bor hjemme hos sin mor med planer om å verve seg for militæret, noe som representerer det tradisjonelle for de fleste av ”de unge moteløvene”⁴⁹. Innenfor hjemmets vegger presenterer Javier en annen side av seg selv, som den snille sønnen som bor hjemme og hjelper sin enslige mor, noe som vanskelig kan konverteres til kulturell kapital i form av å beherske en spesiell stil på Plaza Bolivar (Bourdieu 1995). Javiers fremtreden på Plaza Bolivar er heller ikke kun strategisk men har et strategisk aspekt i seg hvor han faktisk

⁴⁹ Ved et senere opphold i Mérida, vinteren 1999 traff jeg ikke Javier fordi han da hadde vervet seg til to år i militæret. Det er verneplikt i Venezuela og rekrutteringen er frivillig eller ved tvang gjennom razzia på busser og andre steder unge gutter oppholder seg. Kan man forevise gyldig studentbevis eller sykeærklæring slipper man å tjene styrkene.

bruker mye tid og penger for å skape og vedlikeholde en stil som gir ham positive ringvirkninger i hverdagen, som en *reconocido* på motefronten. Jeg vil i likhet med Goffman (1992 [1959]) hevde at selvpresentasjoner har flere sider ved seg som aktøren forsøker å bestyre, selv om han ikke kan bestyre alle inntrykk han avgir. Den informasjonen Javier formidler til meg er ikke nødvendigvis den samme han presenterer overfor sin familie. Dette kan være bevisst eller ubevisst. Det strategiske aspektet ved Javiers oppførsel kan være at han ønsker å bli anerkjent hos ”de unge moteløvene”, og dermed presentere sine drømmer overfor dem til tross for at han kjenner virkeligheten såpass godt og vet at muligheten for å leve som en ”rik” europeer er svært liten, ettersom terskelen for å endre klassesethørighet er høy.

Jeg har forsøkt å forklare hva som er årsaken til søken mot utlandet og utenlandske varer for unge venezuelanere. Utgangspunktet for dette er svært sammensatt og kan sies å ha dype røtter i venezuelansk kulturelt liv (Briceño 1993[1951]). Som nevnt tidligere, har Briceño beskrevet disse prosessene så tidlig som i 1951. Han tar utgangspunkt i Venezuelas sterke økonomi fra 1920-tallet sammenlignet med tidligere år samt interessen for det utenlandske, ettersom Venezuelas befolkning er sammensatt av folk fra mange nasjoner. Landet har vært preget av migrasjon helt siden kolonitiden og immigrasjonen har ekspandert enormt i perioder da Venezuela har hatt god økonomi og derav mange arbeidsplasser. Således kan man si at landets innbyggere gjennom ulike perioder har fått oppleve nye grupper, noe som har gitt Venezuela et mer internasjonalt preg. Den velstående delen av befolkningen har fungert som et forbilde for den fattige majoriteten. Den rike delen av befolkningen utgjør en markant elite som sitter på det meste av de økonomiske ressursene og har mulighet til å konsumere mye og å reise mye. Før jeg kom til Venezuela, hadde jeg en forestilling om at det høye konsumet basert på utenlandske varer, hadde sitt utspring i et ønske fra befolkningen om å være lik denne overklassegruppen. Den rike delen av befolkningen kan sees som om de representerer både den gode smak og det ”gode livet”, siden de har midler til å realisere flere av sine drømmer og ønsker. Som jeg har vist gjennom avhandlingen ligger ønsker om å vedlikeholde eller øke ens sosiale prestisje til grunn for mange valg og handlinger mine informanter foretar seg. Handlingsmønsteret er mangfoldig og kreativt og kan ikke sees på kun som en etterlignelse av en økonomisk elite. Imidlertid er sosial klassifisering viktig ettersom aktørene ikke ønsker å bli kategorisert enda lenger ned på en sosial klassifiseringskala men kjemper aktivt for å vedlikeholde sine sosiale plasseringer. Det dreier seg også om gruppetilhørighet og da i særdeleshet ønsket om ikke å bli ekskludert. Tilhørighet i en gruppe kan gjøre

hverdagen mer meningsfull og mine informantere identitetshåndtering er ofte preget av hva de ønsker å oppnå innad i gruppen. Jeg forstår det slik at det er lettere å markere seg selv i en gruppe og få positive tilbakemeldinger der, for handlinger som ikke nødvendigvis gir like stor prestisje i andre sammenhenger.

Drømmer og selvpresentasjoner

Drømmer trenger ikke være lik en persons strategiske selvpresentasjoner og identitetsstrategier, selv om målet med en persons strategier er uttrykt på samme måte som drømmen. Med det mener jeg at *los intelectuales* er klar over at de mest sannsynlig aldri vil få samme sosiale prestisje som en offisielt utdannet akademiker, men til tross for dette, er deres ønske om å bli tilskrevet en slik prestisje klart uttrykt. Skulle de oppnådd samme prestisje som deres advokatvenner, måtte også *los intelectuales* begynt på universitetet og studert, hvilket nå er helt uaktuelt for dem. I stedet oppfører de seg som om de var akademikere, og tilbringer tid sammen med personer fra kretser som de mener gir prestisje, slik at de tilsynelatende også oppnår en viss prestisje som *reconocidos*.

Los intelectuales synes også å ha en annen strategi for å bli *reconocido* i lokalmiljøet, nemlig ved å forsøke å heve seg over den konsumerende aktør som søker økt prestisje gjennom ting. I stedet kommuniserer de at de har mye kunnskap innen den akademiske sfære, og de forsøker å opptre som distingverte, som personer som kjenner til ”den gode smak” (Bourdieu 1995). Kjennskap til den gode smak og kommunikasjonen rundt den, kan således sees på som en strategi for å oppnå høyere sosial anseelse. I tillegg til smak er også kunnskap om konsum viktig, med det mener jeg at det er mulig å vise sin posisjon ved å konsumere ”den rette type” goder eller som *los intelectuales*, distansere seg fra konsum som identitetskaper, ved å kommunisere at man hever seg over kapitalistisk konsum. Sammenlignbare prosesser foregår hos ”de unge moteløvene” som kommuniserer smak, og kunnskap om smaken, gjennom sitt konsum av utvalgte klær, for å understreke en individuell *estilo*.

Komparativ analyse av to stiltyper

Både ”de unge moteløvene” og *los intelectuales* er opptatt av sosial mobilitet og rangering gjennom offentlig presentasjon av seg selv, enten det måtte være ved hjelp av en bestemt klesbruk eller posisjonering innenfor en akademisk sfære. Begge gruppene uttrykker at de ønsker å leve på en annen måte enn det de gjør, noe som i seg selv ikke er så uvanlig, men deres strategier for å gjøre dette er veldig formende på hvordan de lever sine liv. Prosjekter som kan virke små og ubetydelige opptar store deler av hverdagens deres. For eksempel tilbringer *los intelectuales* timesvis hver eneste dag på Café Rodos hvor de sitter og diskuterer, istedenfor å jobbe mot betaling. Deres sosiale bakgrunn hadde jeg liten mulighet til å undersøke utover det de fortalte meg, og det andre fortalte om dem. Jeg har tidligere hevdet at jeg i tillegg til deres ”frontstage” opptredener, også fikk tilgang til ulike ”backstage” hendelser gjennom baksnakking av folk som ikke var til stede (Goffman [1959] 1992). Jeg observerte også hvordan samtalene endret seg i forhold til hvorvidt det var akademikere tilstede eller ikke. Ser man på *los intelectuales*’ bosituasjon og naboforhold som et annet aspekt ved deres ”backstage” opptredener i forhold til ”frontstage” opptredener på kaféen, var disse sammenhengene ukjente for meg. Seg selv imellom hadde de heller ikke kjennskap til hverandres bosituasjonen. All kommunikasjon mellom dem forgikk på kaféer og ute blant folk. ”De unge moteløvene”, derimot, som brukte alle pengene sine på klær, hadde ikke råd til å gå på kafé hver dag, og derfor fikk de bedre kjennskap til hverandres hjem. Ved å ta med seg venner fra Plaza Bolívar hjem, risikerte de å ”blottlegge seg” ettersom de ikke kunne vise til et like ”moteriktige” hjem som deres klær kunne gi inntrykk av. Til tross for eller på grunn av denne ”avsløringen”, ble det enda viktigere for dem å fremstå som vellykkete ”moteløver” på Plaza Bolívar.

Hjemmene til *los intelectuales* var som oftest ”ikke eksisterende” i den sosiale samhandlingen, og hva som skjedde der ble sjelden omtalt. Derimot fikk jeg tilgang til andre aspekter ved deres ”backstage” opptredener når kun en av dem var til stede, mens resten av klientellet på Café Rodos ikke tilhørte den kretsen av personer som *los intelectuales* mente det var viktig å bli sett sammen med og bli akseptert av. Jeg har vist hvordan mange i Mérida essensialiserer ”virkeligheten” ved å redusere alt et menneske står for til ulike kategorier slik som for eksempel *ordinario* kategorien. Dette innebærer stereotypisering og stigmatisering både av en selv og andre. Det er viktig å presentere seg selv på en måte som gir positive

tilbakemeldinger på utvalgte samhandlingsarenaer blant annet for å unngå å bli stigmatisert. På den måten kan vi si at vi oppfører oss ulikt etter hvem vi samhandler med for å på en best mulig måte projisere det bildet man ønsker at et bestemt publikum skal ha av en selv (Goffman 1992 [1959]). Således etableres identiteter både gjennom selvpresentasjoner og gjennom hvordan disse blir tolket på ulike arenaer

I kapittel 3 og 4 så jeg på ungdoms konkrete kategorisering av hverandre og hvordan konsumvarer inngår i lokale stereotyper. Et viktig aspekt blant disse var hvor varen var kjøpt hvor mye den kostet og hvordan den passet inn i en person *estilo* (stil). ”De unge moteløvene” hevdet at de kunne si noe om personer etter hvordan de kledde og tedde seg. Men konsum kan ikke benyttes som en entydig indikasjon på klasses tilhørighet i Mérida siden ungdommer anvender konsumvarer for å over- eller underkommunisere klasse. Det vil også være feil å si at dette er den eneste motivasjonen for ungdom til å bruke nærmest hele sin disponible inntekt på klær. Gjennom konsum skapes nye former for fellesskap for eksempel basert på en interesse for mote og for livet *allá* (USA og Europa). Mote gjør det også mulig å være lik noen, men å skille seg fra andre. Bourdieus begreper om symbolsk makt og kapital (Bourdieu 1995) bruker jeg for å påpeke hvilke betydelige maktaspekter det ligger i det å definere smak. Konsum kan gjennom en slik tankerekke sies å være en viktig del av ungdommers livsverdener og er således ikke kun å betrakte som et spill med tegn (Baudrillard 1998).

Menneskene jeg skriver om er fornuftige mennesker som til tider har dypere meninger med sine handlinger, mens de ved andre anledninger handler i affeksjon. De er hverken mer eller mindre rasjonelle enn andre mennesker, selv om det gjennom en antropologisk fremstilling til tider kan synes som om de er det. Begge gruppene handler til en viss grad rasjonelt, men med en annen form for rasjonalitet i forhold til idéen om det gode liv med mye tilgjengelig kapital. Ingen av dem jobber strategisk for å opparbeide seg større kjøpekraft, eller vurderer å ta en utdanning, men bruker storparten av sin tid til å enten opptre som om de har stor kjøpekraft, eller fremstå som tenkende personer som ”fortjener” en høy posisjon i det sosiale hierarkiet. Dette tolker jeg som strategier for å vedlikeholde eller heve sosiale posisjoner i et lokalt rangeringssystem med store økonomiske og sosiale forskjeller. Jeg har også sett deres opptredener som en måte å skape mening på i et land som Venezuela, hvor folk har fått senket sin kjøpekraft siden 1980-tallet og terskelen for å endre sin klasses tilhørighet er svært høy. Til tross for brutale klasseskiller håndterer aktørene sin identitet innad i sine grupper for å kunne leve ut drømmen om ”det gode liv”, komme nærmere den, eller for å gi inntrykk av at man

har kommet nærmere å oppnå det man drømmer om. Drømmene er selvsagt individuelle og varierer fra person til person innad i gruppen, men jeg vil understreke at mitt materiale stammer fra mennesker som uttrykte sine drømmer om et bedre liv helt eksplisitt med hensyn til tilgang på økonomisk kapital og sosial prestisje. Selve utførelsen, eller stilen, ligger i hvordan personer greier å konverterte sin beherskelse av sin individuelle stil til kulturell kapital (Bourdieu 1995). Beherskelsen av en stil kan være en av årsakene til sosiale skiller innad i grupper, og derfor blir det viktig å ha best mulig kjennskap til den. Å beherske en stil kan sies å være en kontrollering av tegn, eller ønsket om å kontrollere de tegn en aktør sender ut. Jeg har beskrevet ulike måter av tegnkontroll gjennom selvpresentasjon, både gjennom det ytre (klær) og gjennom måter å presentere seg på som intellektuell. Det er underforstått gjennom hele avhandlingen at aktørene gjør dette for å øke eller vedlikeholde sin sosiale rang i et sosialt system hvor man rangerer hverandre (Goffman 1992 [1959]). Samtidig driver også begge gruppene med noe de liker å gjøre og hevder at de oppnår en viss grad av lykke ved å leve slik de gjør.

Modernitet og dens uoppnåelige idealer

Hvilken form for rasjonalitet hersker når akkumulasjon av kulturell kapital (Bourdieu 1977, 1995) overgår økonomiske prinsipper? Forbrukersamfunnet gir muligheter til å dekke de fleste behov, men skaper også uoppnåelige idealer som kommuniseres via massemedia med stor hastighet, noe som fører til økte tilfeller av spisevegring og plastiske operasjoner, samt økt fokusering på det materielle (Ose 1999). Jeg argumenterer for at det ikke kun er markedets logikk som hersker, men en mer komplisert forståelse av hvordan virkeligheten fortøner seg for aktører på sosiale samhandlingsarenaer.

Moderne samfunn gir også fremskritt i form av økte muligheter. Mennesker i Mérida prøver å bruke sitt konsum eller å ta avstand fra konsum for å takle deres hverdag som i stor grad er preget av differensiering og identifikasjon. Gjennom å konsumere kan man dekke behovet for å skille seg positivt ut og for å finne tilhørighet. Disse behovene kan også dekket gjennom kontrollerte identitetsuttrykk. Konsumvarer er et viktig verktøy for ”de unge moteløvene” og fungerer som et sosialt tegnsystem som forenkler kommunikasjon mellom de unge. Derimot

kommer en del maktfaktorer til syne gjennom urealistiske idealer. Økt konsum fører til større avhengighet til varer, ikke bare dens funksjonelle basis, men også til den rolle varer kan fylle som et symbol på vellykkethet. Uten tilgang til nye klær, har ikke de "unge moteløvene" et like stort spekter å spille på, for å forsøke å bli kategorisert som en *reconocido* av de andre på Plaza Bolivar.

For å realisere seg gjennom konsum er man avhengig av økonomiske ressurser i det moderne samfunn. Måten man konsumerer på avgjør en persons økonomiske ressurser ettersom "de unge moteløvene" bruker svært mye av sine disponible midler på klær, noe som igjen hemmer deres aktiviteter på andre områder. Således skapes vinnere og tapere i et økonomisk perspektiv. På den annen side utfordrer både *los intelectuales* og de unge moteløvene, de etablerte systemer, hvor tilgang til stor økonomisk kapital gir sosial prestisje, gjennom å forsøke å heve sin sosiale prestisje som *reconocidos* uten å opparbeide seg mer økonomisk kapital. Jeg har vist at endring av sosial prestisje ikke nødvendigvis henger direkte sammen med tilgang til mer økonomisk kapital, men at bildet er mer komplekst enn som så. Penger og tilgang til penger er relatert til maktforhold, men som jeg har hevdet gjennom avhandlingen finnes det flere alternative måter å komme nærmere drømmen om "det gode liv". Sosiale samhandlingsmønstre er knyttet sterkere til hvordan man presenterer seg selv på ulike samhandlingsarenaer enn til ens tilgang til økonomisk kapital. Konsum av klær og/eller kunnskap fungerer således som nyttige redskaper for menneskers søken etter sin plass i samfunnet, og ledetråder i søken etter lykken og "det gode liv". I tillegg fungerer konsum for å vise at man er på vei mot et liv hvor man har høyere prestige (Wilk 1994).

Avslutning

Jeg har gjennom avhandlingen hevdet at mine informanter søker prestisje gjennom å presentere seg på bestemte måter. Flere av de bakenforliggende årsakene ser ut til å ha sitt utspring i et ønske om "det gode liv". Jeg har kalt dette for strategier for å endre eller vedlikeholde ens sosiale posisjon. Motivasjonen for mine informanters strategiske selvpresentasjoner har sin bakgrunn både i mangel på økonomiske ressurser og ønsket om høy sosial prestisje, samtidig som de gjør noe de "trives" med å gjøre. Slike prosesser kan oppstå

flere steder i verden hvor kontrastene mellom fattig og rik er stor, men det dreier seg ikke kun om tilgang til penger, men også om en lykkefølelse og en følelse av beherskelse. Like fullt har jeg hevdet at informantene mine er opptatte av å søke prestisje og tilhørighet. Til tross for at det kan synes som om informantene mine til tider lever i en ”drømmeverden”, vil jeg hevde at dette også kan ses på som en måte å oppnå kontroll over sine egne liv. Selv om drømmen ofte representerer noe de selv vet at de mest sannsynlig aldri vil oppnå, forblir drømmen allikevel noe positivt og dermed en viktig meningskapende faktor i livene deres.

EPILOG

Mye har skjedd i Venezuela siden jeg var der sist. Den nye presidenten Hugo Chávez har regjert i lengre tid, blitt avsatt i to dager for å så få plassen igjen og tiltre som president. Han har blitt vekslende mottatt rundt om i verden. Til tross for at de fleste positive endringene han lovet ikke har inntruffet, er han fremdeles veldig populær blant folket. I dagens Venezuela kan det faktisk synes som om det foreligger enda flere utfordringer etter Hugo Chávez sitt inntog i politikken. Det politiske bildet preges i dag av politisk uro og usikkerhet med hensyn til hva fremtiden vil bringe. Den økonomiske situasjonen i landet har heller ikke blitt styrket. Siden jeg sist var i Venezuela i 1999 har den venezuelanske bolivar blitt halvert, sett opp i mot den amerikanske dollar. Dette fører til ytterligere lavere kjøpekraft av importerte goder, som jeg har beskrevet at venezuelanere er så begeistret for. Jeg ser ikke noen umiddelbare endringer i de enorme økonomiske forskjellene blant mennesker i Venezuela, men jeg tror og håper at gjennom å skape mening i sine liv ved å beherske en bestemt stil eller andre former for selvpresentasjoner, vil venezuelanere reprodusere eller selv forandre sine kulturelle særegenheter til tross for de globaliseringsprosesser som finner sted.

Informantene mine har som alle andre blitt eldre, men den informasjon jeg har mottatt fra dem jeg har kontakt med, er at de samme personene er å treffe på de samme stedene. Javier har vervet seg til militæret, men befinner seg fortsatt på Plaza Bolivar hver gang han er på permisjon, fremdeles i nye fine klær. Julio, Carlos og resten av *los intelectuales* tilbringer fremdeles dagene sine på Cafe Rodos sammen med ”menn i dress”, skriver en annen av mine informanter. Personlig har jeg hatt stort utbytte av å lære Mérida å kjenne, og jeg er særlig takknemlig overfor alle informantene mine som jeg egentlig anser som mine venner

ORDLISTE⁵⁰

Allá - et sted relativt langt borte fra det stedet man befinner seg på. I dagligtale forstås ordet implisitt USA eller Europa.

Alta – høy, over

Amor – kjærlighet. Også brukt som lykkeønsking ved tre nys etter hverandre.

Bajo/a – ned, lav

Caza – jakt, jakte på noe.

Calidad - kvalitet

Catolicismo popular – folkelig katolisisme

Clasa alta - overklassen

Clasa media baja – nedre middelklasse

Destino – Skjebne, bestemmelsessted

Dinero - penger

Estilo - stil

Estudiante - student

Fortuna - hell, lykke

Gringo – utlending, nedsettende betegnelse på utlendinger med lys hud. I hovedsak fra USA

Hombre normal – en normal mann brukt som vi på norsk bruker ”mannen i gata”.

Hórarario – timeplan, tidsskjema

Importante – viktig, lokalt også brukt for å betegne en sentral skikkelse innenfor et område.

Intelectual – intellektuell – belest.

Libertador - frigjører

Llanos – sletter, slettene her også stedsbetegnelse *Los Llanos*

Macho –sterk, kraftig, et symbol på det maskuline

Malo/a - dårlig

Medio/a – halv, middel

Mensaje – beskjed, melding

Moda - mote, også skikk og bruk.

Moderno/a - moderne, nyere

Musica suave de Ingles – myk, engelsk musikk, betegnelse på engelskspråklig pop-musikk

Negro - svart

Ordinario – Ordinær, vanlig

Oro - gull

Pozo - spann, bolle

Pueblo – folk, nasjon, almue (også landsby)

Reconocido –anerkjent i betydningen av å ha høy sosial prestisje i en kontekst.

Regular - regulær, som *ordinario* men i negativ betydning

Reunion – møte, sammenkomst

Salud - sunnhet, helse, høflighetsfrase ved nysing og brukt som det norske ordet; skål.

Tradicion - tradisjon

Vida - liv

⁵⁰ Egne oversettelser ved hjelp av *Kunnskapsforlagets blå ordbok, Spansk-norsk* (1995)

REFERANSER

Andersen, Benedict

1993; Imagined Communities. Verso. London.

Anderson, Elijah

1990; Streetwise. Race, Class and Change in an Urban Community. The University of Chicago Press. Chicago.

Appadurai, Arjun

1988; Introduction: Commodities and the Politics of Value. I the Social Life of the Things. Cambridge University Press.

Appadurai, Arjun

1996; Modernity at Large. University of Minnesota Press.

Aschehoug & Gyldendals

1992; Aschehoug og Gyldendals leksikon.

Barth, Fredrik

1994; Manifestasjon og prosess. Universitetsforlaget. Oslo.

Baudrillard, Jean

1998; The Consumer Society. Myths and Structures. Oversatt av J. P. Mayer. Sage Publications. London.

Bourdieu, Pierre

1977; Outline of a Theory of Practice. Cambridge University Press.

Bourdieu, Pierre

1995; Distinksjonen. (oversatt av Annick Prieur). Pax Forlag A/S, Oslo.

Briggs Charles L.

1996; Learning How to Ask. Cambridge Press. Cambridge

Briceño-Iragorry, Mario

1993; A People Crisis An essay on Venezuela. Orginal tittel: "Mensaje sin destino"(1951) Oversatt av Ramón Mansoor. Monte avila editores Latinoamericana.

Campell, Colin

1994; Capitalism, Consumption and the Problem of Motives: Some Issues in the Understanding of Conduct as Illustrated by an Examination of the Treatment of Motive and Meaning in the Works of Weber and Veblen. I Consumption and Identity. Jonathan Friedman. Harwood Academic Publishers.

- Douglas, M. & Isherwood, B.
1979; The world of goods. New York, Basic Books. New York.
- Friedman, Jonathan
1994; Cultural Identity and Global Process. Sage Publications.
- Friedman, Jonathan
1996; Consumption and Identity. Harwood Academic Publishers.
- Geertz, Clifford
1973; Thick Description. I The interpretation of Cultures. Basic Books Publishers.
New York.
- Gilmore, David
1982; "Anthropology of the Mediterranean"; Annual Review of Anthropology, no 11.
- Giddens Anthony
1990; The Consequences of Modernity. Polity Press.
- Giddens, Anthony
1991; Modernity and Self Identity. Polity Press.
- Gledhill, John
1994; Power and its Disguises. Anthropological Perspectives on Politics. Pluto Press,
London.
- Goffman, Erving
1963; Behavior i Public Places. New York Free Press
- Goffman, Erving
1992; Vårt Rollespill til daglig. Oversettelse av "Presentation of Self in Everyday Life"
(1959). Pax Forlag A/S. Oslo.
- Grønhaug, Reidar
1987; Chayanovs regel. I Lov og Struktur, Stein Uglevik Larsen (red.)s 120 132-
Bergen og Oslo: Universitetsforlaget.
- Hammersley & Atkinson
1987; Feltmetodikk. Ad Notam Gyldendal.
- Handler, Richard and Joecelyn Linnekin
1984; Tradition, Genuine or Spurious. Journal of American Folklore.

Hellinger, D.C.

1991; Venezuelan: Tarnished Democracy. Westview Press. Boulder.

Heradstveid Daniel & Bjørgo Tore

1992; Politisk kommunikasjon. Engers Boktrykkeri A/S, Otta.

Jenkins, Richard

1996; Social Identity. Routhledge. London.

Knox, Paul & Agnew, John

1994; The Geography of the World Economy. Butler an Tanner Ltd. London.

Lakoff, Georg & Johnson, Mark

1980; Metaphors We Live By. University of Chicago Press. Chicago.

Lave, J. Wenger, E.

1991; Situated Learning, Legitimate peripheral participation. Cambridge university Press. Cambridge.

Lewis I. M.

1991; Social Anthropology in Perspective. Cambridge University Press.

Miller, Daniel

1994; Style and Ontology. I Consumption and Identity. Jonathan Friedman Harwood Academic Publishers.

Moore, Henrietta L.

1994; A Passion for Difference: Polity Press Cambridge.

Newman, Catherine S.

1988; Falling from Grace. The Experience of Downward Mobility in the American Middle Class. Vintage Books. New York.

Nilsen, Finn Sivert

1996; Nærmere kommer du ikke håndbok i antropologisk feltarbeid. Fagbokforlaget, Vigmostad & Bjørke AS.

Ose, Tommy

1999; Je suis independent. Sosiale aspekter ved forbruk blant ungdom i Brest, Frankrike. Hovedfagsavhandling ved UiB.

Sahlins, Marshall D.

1972 Domestic Modes of Production, kapittel 2 i Stone Age Economics.

Sennett, Richard

1986; The Fall of Public Man. Faber and faber, London

Slater, Don

1997; Consumer Culture & Modernity. Polity Press. Cambridge.

Taussig, Michael T.

1980 The Devil and Commodity Fetishism in South America. The University of North Carolina Press.

Wilk, Richard

1994; Consumer Goods as Dialogue about Development: Colonial Time and Television time in Belize. I Consumption and Identity. Jonathan Friedman Harwood Academic Publishers.

Wilk, Richard

1996; Economics and Cultures. Indiana University. Westview Press.

ANDRE KILDER

Aftenposten

23.08.00; Kronestykke trillet nesten tolv. Erlend Loe.

<http://www.britannica.com>

Kart over Venezuela

Morgenbladet

21.01.00; Mellom det opphøyde og vulgære. Av Reinard Mohr og Mathias Schreiber

Spansk – Norsk blå ordbok

1995; Kunnskapsforlaget. Norbok A.S. Oslo/Gjøvik.

Henning Norheim

1999; Forside bilde: Plaza Bolivar med Café Rodos til venstre i bilde