

Larguísimo ha sido el debate sobre las identidades nacionales y la cultura. Se preguntan los teóricos si será pertinente todavía discutir acerca del primero de estos dos conceptos. Esta nota reúne tres textos¹ que, a diferencia de otros, se centran en la cultura popular y en los “valores” para acercarse a las diferencias que pueden, aún hoy día, crear nexos de identificación entre las comunidades. Su aportación es que parten de las prácticas cotidianas para desarrollar el tema. Dos de los textos están directamente enfocados en la cultura canadiense, cuya larga tradición ensayística sobre la identidad es patente en el canon tanto literario como sociohistórico. La construcción de Canadá como una unidad hecha de diversidades ha estado presente en los discursos de escritores, pintores y ci-

neastas, y también en los de cantautores, músicos y hacedores de políticas culturales. El texto de Tim Edensor estudia específicamente la construcción de la identidad escocesa, y se utiliza como un marco teórico mayor que puede ser de gran utilidad para analizar fenómenos culturales en cualquier otra parte del mundo. Tanto el de Pever y Dymond como el de Adams se enfocan en la sociedad canadiense de los años noventa. Su contraposición nos permite reconocer que, a pesar de los evidentes cambios en los marcos teóricos actuales, la noción de identidad no puede ni debe borrarse del espectro de los estudios contemporáneos sobre la cultura.

La comprensión del concepto de identidad ha variado con las décadas; se le ha sometido a crítica en tanto se

*Investigadora del Centro de Investigaciones sobre América del Norte, Universidad Nacional Autónoma de México. Dirección electrónica: zalce@servidor.unam.mx. La autora agradece al programa PAPIIT de la UNAM por su apoyo económico al proyecto colectivo IN306203, del cual ella es corresponsable. El texto que aquí se presenta sirvió como base teórica para un artículo que será publicado en la revista *Sociología* en este año.

¹Edensor, Pever y Dymond, apoyados en el espléndido ensayo de New sobre la literatura de la frontera entre Estados Unidos y Canadá que, por no tratarse de cultura popular, ha sido atendido tan sólo de manera tangencial.

le utilizó, durante mucho tiempo, para etiquetar, para forzar semejanzas, para homogeneizar. Como ya se apuntó, en el caso específico de la cultura canadiense, el debate no ha dejado nunca de estar en el centro de la atención tanto de la academia como de las políticas y las industrias culturales. La teoría contemporánea señala que al hablar de identidades es importante no perder de vista que éstas se construyen de diversas maneras, por medio de discursos, prácticas y puntos de vista que, en muchas ocasiones, antagonizan entre ellos. Las identidades parecen anclarse en un pasado del cual provienen; sin embargo, lo que realmente las conforma es el resultado del uso de los recursos que provienen de la historia, la lengua y la cultura en el proceso de devenir y no en el de ser. Después de confrontaciones y análisis, sabemos que hoy día, al hablar de identidad, no deberíamos preguntarnos quiénes somos o de dónde venimos, sino en qué nos convertimos a partir de cómo hemos sido representados y de qué forma estas representaciones han afectado la manera en que nosotros mismos nos referimos a lo que somos y cómo construimos nuestras representaciones. Uso y representación son, entonces, conceptos clave para eliminar la

idea de fijeza que subyace en el término *identidad* cuando se le identifica con tradición, canon, homogeneidad.²

Tim Edensor (2002) rebate a multicitados teóricos como Eric Hobsbawm o Benedict Anderson, por considerar que, al analizar sólo las tradiciones y los grandes discursos nacionales con base en la alta cultura y en la cultura oficial, presentan una lectura reduccionista de las identidades nacionales. Su teoría se basa en afirmar que, en el terreno afectivo, tanto las formas culturales tradicionales como la práctica de lo nacional se complementan en ciertos casos y en muchos otros están siendo reemplazadas por significados, imágenes y actividades derivadas de la cultura popular.

[...] en nuestra época, resulta insostenible el consenso acerca de la formación del canon y el reconocimiento universal de la excelencia. Hoy día, la identidad nacional puede identificarse tanto en películas y productos y estilos televisivos, como en la música popular y en la moda. [...] Los medios masivos de comunicación se han convertido en la forma más importante de diseminación de representaciones de la nación (Edensor, 2002:141).³

En su texto, el autor señala que la experiencia de los medios se ha entrelazado con los rituales y las rutinas de

²Estas ideas provienen del texto de Stuart Hall (2003), “¿Quién necesita ‘identidad’?”.

³La traducción es de la autora en éste y todos los casos posteriores.

la vida diaria y, como efecto de lo anterior, incrusta su recepción temporal y espacial en lo cotidiano, produciendo numerosos contextos a partir de los cuales poder interpretarlos; más aún —afirma—, en la actualidad los medios son el campo en el cual se debaten las diversas representaciones de la nación, porque en ellos se da un desarrollo de códigos visuales y repertorios sofisticados que se interponen entre el discurso y las instituciones más hegemónicas. En el caso del cine, por ejemplo, se da la posibilidad de reciclar y reinterpretar los mitos que confirman los significados, antiguos y nuevos, tanto de la identidad nacional como de la historia.

Con respecto a la formación de identidades colectivas, Edensor señala:

[...] el dinámico proceso de formación de la identidad o de identificación sucede en la vida insulsa, así como también en reuniones colectivas más espectaculares, en la puesta en práctica del conocimiento tanto como en la patente aserción o celebración de valores o características comunitarias, las cuales, a su vez, son parte de una dimensión social de la experiencia, el pensamiento y la acción más amplios (Edensor, 2002:24).

De este modo, los espectadores pueden o no sentirse identificados con las situaciones, los paisajes, los personajes que aparecen ante sus ojos en la pantalla y que, sabemos, han sido previamente seleccionados para configu-

rar el discurso y, por tanto, no son ni gratuitos ni casuales; sin embargo, ese conjunto de imágenes y ese hilo narrativo que forman parte de las representaciones de una comunidad, de una región, provocarán una respuesta —ya de identificación, ya de rechazo— que contribuirá a la construcción propia de la autorrepresentación.

Para Edensor, identidad y frontera son términos necesariamente complementarios, al menos en su sentido más literal. Si la identidad implica el hecho de que algo o alguien sea el mismo o lo mismo que se supone o se busca, si identificarse implica llegar a tener características similares a las del otro —mientras que las fronteras se refieren a los confines y lo fronterizo es aquello que se encuentra enfrente de otra cosa, lo limítrofe, lo colindante—, es obvio que definir una identidad implica enumerar rasgos que caracterizan y simultáneamente diferencian, lo que implica, por lo tanto, dibujar una frontera.

Un elemento clave en el proceso de identificación —en especial en el caso de la identidad nacional— [...] es el trazo de límites entre el uno (*self*) y el “otro”. Puesto que la identidad se concibe con base en la identificación de la diferencia, es necesario señalar que éste es un proceso continuo de identificación más que una continuación reificada de antipatía absoluta, aunque implique que los mismos “otros” son los que están continuamente distinguiéndose del uno (*self*) (Edensor, 2002:24-25).

Tal vez parezca ya innecesario aclarar que entendemos que ni las fronteras ni las identidades son monolíticas; que no se trata de esencias sino de procesos de construcción constante. Sin embargo, en el caso de la identidad canadiense (definida a lo largo de los años y los textos *frente* a la estadounidense), el de la frontera identitaria que debe defenderse a muerte, el tema de la diferencia vuelve constantemente, más allá del estado del arte o de las modas del pensamiento en la era de la globalización. En este sentido podemos vincular la propuesta teórica de Edensor tanto con la encuesta de Adams como con el análisis de la cultura popular de Pevere y Dymond.

En apariencia, la preocupación constante por la identidad parece diluirse, señala Michael Adams en *Fire and Ice*, pues el sentido común cree que los canadienses se parecen cada vez más a los estadounidenses; de hecho, lo mismo se piensa del resto del mundo, que, por fortuna, según el pensamiento de muchos, está bien lejos y no adyacente a ese gran gigante que con su espectacular y apetecible cultura popular parece comportarse como un imán y como un modelo a seguir. Las conclusiones de Adams son que, a pesar de la creencia popular, los canadienses siguen procurando definirse por oposición, es decir, en contra de lo estadounidense. Y con base en

esta percepción comunitaria, Pevere y Dymond (1996:viii) inician su catálogo de iconos de su cultura popular:

Crecer en aquellos parajes de este país conocidos como el “Canadá anglófono” es crecer con una certidumbre particular de hallarse en medio de las cosas. Es llegar a definirte más fácilmente por lo que no eres que por lo que sí eres, y aprender a registrar un equívoco constante debido a la mera adición retórica de un tentativo “eh” al final de lo que, de otra manera, hubiera sido una oración afirmativa [...] Ser canadiense es vivir en un espacio intermedio entre certidumbres, demorarse en la brecha que separa la convicción de la especulación. Ser canadienses, dicho de otra forma, es existir en un constante estado de conversión.

Con base en el análisis de las más importantes figuras de la cultura popular de su país (por señalar sólo algunos de los mencionados: Bryan Adams y sus ganas de gustar; Paul Anka y su carretera hacia su camino; Jim Carrey y su impulso hacia el sur; Lorne Greene, el padre del desastre; la visión del norte de Marshall McLuhan como un circuito hacia la santidad; Anne Murray, una gran dama; el héroe canadiense de la tontería, Leslie Nielsen, y Lorne Michaels que, al tomar Manhattan, hace que la noche del sábado suceda en vivo), la tesis de *Mondo Canuck* es que los canadienses son diferentes y que saber cómo y por qué se distinguen de los estadounidenses es vital

tanto para la salud cultural como para la supervivencia de su identidad –aunque con sentido del humor concluyen que, hasta ahora, ningún ciudadano ha muerto víctima de la falta de identidad cultural.

La ironía es el recurso retórico fundamental y el *leitmotiv* de Pevere y Dymond. Al estatuir la diferencia y el encontrarse *en medio* como el núcleo de la identidad canadiense, parecen estar recurriendo a un lugar común para su definición. Todas las identidades están siempre en medio, construyéndose constantemente. Hoy día se dice que están fracturadas y que son débiles. Los autores no se refieren, por ejemplo, al mosaico multicultural como nuclear en esta construcción de identidad, en este estar en medio; la ironía sobre la que construyen su disertación es que el estar en medio se refiere a la relación de amor-odio, de inmensa atracción y consecuente rechazo, que la cultura estadounidense provoca en los espectadores canadienses.

Mientras que los diversos guardianes de la identidad nacional elevarían los brazos y se lamentarían con respecto a la inminente obliteración cultural de Canadá, quienes veíamos mucha televisión tenemos una versión diferente y más sabia del panorama. Podíamos distinguir lo “canadiense” de inmediato, nada más cambiando de canal, sabíamos que era distinto. [...] Como, por ejemplo, con los Guess Who, bueno, intenten encontrar entre los primeros 40,

en todos los cincuenta estados allá abajo, una banda que sea tan arrogantemente indiferente a la moda y las dietas, y sólo puede tratarse de las primeras superestrellas cerveceras canadienses.

En lo referente a la cultura popular, al menos, no había duda: lo canadiense era distintivo. De hecho, porque el país estaba dominado por medios de comunicación estadounidenses, el contraste era más intenso. En el ámbito ruidoso de la programación que provenía de los medios de Estados Unidos, los productos canadienses resaltaban como un alce drogado en medio de la carretera transcanadiense (Peveré y Dymond, 1996:ix).

Estados Unidos es una realidad apabullante para cualquiera que la divise de cerca. Ya se sabe que los canadienses también tienen su dicho con respecto a la cercanía de sus vecinos al sur. En vista de hechos tan contundentes como una población que, en su mayoría, vive en la zona fronteriza con Estados Unidos y se comunica en inglés, o que para la industria cinematográfica hollywoodense el mercado canadiense no se considere de exportación sino como parte de su distribución nacional (sí, como si se tratara de uno más de los estados), o que colocando un gancho de ropa en el techo de una casa se puede captar la señal televisiva estadounidense, y retomando la observación de Edensor acerca de la importancia de los medios masivos de comunicación en la construcción contemporánea de las

identidades nacionales, la preocupación por la identidad, dado su carácter de frontera, no puede ignorarse en el discurso canadiense.

Uno puede preguntarse [...] si la “cultura canadiense” ha de sobrevivir ante la presencia de lo estadounidense, desde la muy visible cultura al sur. (... La cultura estadounidense, en parte por su alcance tecnológico y el éxito económico de las llamadas organizaciones “multinacionales”, ha sido de gran influencia en todo el mundo...). Pero hacerse esa pregunta implica sugerir que la frontera Canadá-Estados Unidos es tan sólo un artificio político, cuando (por la apertura y por la fuerza de atracción de la geografía norte-sur en América del Norte) esta frontera también ha configurado –y lo sigue haciendo– distintos campos de posibilidad y expectativas sociales: dicho de otra forma, *diferencias culturales* (New, 1998:40).

Michael Adams –como se indicó anteriormente– y su grupo de encuestadores y creadores de estadísticas, denominado Environics, se dedicaron, durante la década de los noventa, a confrontar los valores de estas sociedades vecinas.

A pesar de que asomamos la cara a través de la ventana de la prosperidad y de los logros estadounidenses, valoramos nuestra separación –nuestra civilidad sin pretensiones, nuestro don para la ironía y la modestia en un mundo de reclamos exagerados y

excesivos, los montones de “cosas intangibles” que sabemos que nos colocan aparte– y retorremos las manos al preguntarnos sobre lo que sucederá con nuestras peculiaridades e idiosincrasias mientras que, al sur, el leviatán sigue azotando su cola, cada vez más poderosa, y los autodeclarados profetas de la globalización auguran la muerte de la diferencia (Adams, 2003:2).

Se trata de una convivencia incómoda, señala Adams, más aún cuando mucha gente –no sólo la común sino también algunos autores⁴– tiene la impresión –errónea, tal como lo comprobará su encuesta comparativa sobre valores– de que Canadá se está volviendo cada vez más similar a Estados Unidos, y que, sin embargo, la mayoría preferiría parecerse cada vez menos a sus vecinos.

¿Qué descubrieron Adams y sus encuestadores al confrontar a estos incómodos vecinos? El texto de Adams se basa en el análisis de los valores, los cuales considera como motores del comportamiento humano. La lista de valores que presenta tiene que ver con varios niveles de la vida cotidiana, desde lo individual, personal y privado, hasta lo político y comunitario. Incluye los siguientes conceptos: aceptación de la violencia, gobierno activo, adaptabilidad a la complejidad, navegación adaptativa, publicidad como estímulo,

⁴Adams se refiere específicamente al libro de Jeffrey Simpson *Star-Sprangled Canadians* y al diálogo del escritor Brian Hutchinson con el historiador Michael Bliss en la serie de artículos que el primero publicó en el *National Post* en enero de 2003.

sueño americano, anomia e indefensión, atracción hacia la masa, aversión a la complejidad, apatía con respecto a las marcas, comprar por impulso, celebración del pasaje, apatía cívica, compromiso cívico, involucrarse con la comunidad, preocupación por la apariencia, confianza en la publicidad, confianza en las grandes empresas, confianza en las pequeñas empresas, asimilación cultural, probar las distintas culturas (*sampling*), hedonismo que discierna, consumismo que discrimina, deber, preocupación ecológica, fatalismo ecológico, esfuerzo hacia la salud, control emocional, entusiasmo por la nueva tecnología, espíritu empresarial, relación igualitaria con la juventud, consumismo ético, ética cotidiana, furia cotidiana, fe en la ciencia, fatalismo, miedo a la violencia, seguridad financiera, familias flexibles, identidad genérica flexible, paridad genérica, conciencia global, heterarquía, salud holística, importancia de la estética, importancia de la marca, importancia de la espontaneidad, interés en lo no explicado, introspección y empatía, intuición e impulso, alegría de consumir, *largesse oblige*, vivir virtualmente, verse bien, sentirse bien, momentos significativos, más poder para las empresas, más poder para los medios, más poder para la política, multiculturalismo, fuerzas misteriosas, orgullo nacional, necesidad de reconocimiento

del *status*, construcción de redes, obediencia a la autoridad, consumo ostentoso, provincialismo, patriarcado, gusto por el riesgo, reto personal, control personal, creatividad personal, escape personal, expresión personal, primacía de la familia, propiedad, protección de la privacidad, búsqueda de la intensidad, fusión racial, rechazo de la autoridad, rechazo del orden, religión a la carta, religiosidad, ahorro como principio, búsqueda de las raíces, uso selectivo de los servicios personales, sensualismo, sexismo, permisividad sexual, escepticismo con respecto a la publicidad, intimidad social, responsabilidad social, búsqueda espiritual, ansiedad tecnológica, estrés en relación con el tiempo, familia tradicional, identidad genérica tradicional, vitalidad, simplicidad voluntaria, ética del trabajo, xenofobia (Adams, 2003:11-12).

Las respuestas ante cada uno de los conceptos se agruparon en cuatro ejes, que iban desde los rasgos muy conservadores hasta los más liberales, y aunque Adams reconoce el peligro que implican las generalizaciones, la conclusión de *Fire and Ice* es que —y aparece una vez más la paradoja como importante en la relación entre Canadá y Estados Unidos—, curiosamente, una sociedad que, según Adams, inició del lado de los conservadores, se ha convertido en un pueblo autónomo, dirigido al interior (en el nivel de

lo personal, de lo individual), flexible, tolerante, socialmente liberal y espiritualmente ecléctico, mientras que la sociedad estadounidense, que comenzó siendo liberal, se ha ido transformando en un pueblo que, en términos generales, es materialista, dirigido hacia el exterior, intolerante, socialmente conservador y respetuoso de la autoridad institucional tradicional, aunque Adams señala que, en apariencia, uno esperaría precisamente lo contrario de los estadounidenses. Con base en estadísticas que se presentan en un apéndice del libro, aprendemos que mientras que los canadienses son más feministas, más tolerantes a las diversas preferencias sexuales, menos apegados a una religiosidad institucional, más éticos con respecto a la ecología y al consumo, más abiertos a la diversidad cultural, los estadounidenses han involucrado y creen más en la autoridad tanto patriarcal como gubernamental, más tradicionales con respecto a la idea de familia y pareja heterosexual, más apegados a la religiosidad institucional y a la proliferación de sectas, menos involucrados tanto con la ecología como con el consumo ético, y más tendientes a la xenofobia y a la aceptación de la violencia.

Se habló anteriormente de los riesgos de la generalización, esa generaliza-

ción que ha considerado a la sociedad estadounidense como mucho más abierta que la canadiense. Es cierto, también, que un ejercicio como el de Adams y Environics puede leerse como una idealización de la sociedad canadiense, que, aunque tenga como mandato la tolerancia, no puede calificarse de tolerante en su conjunto.⁵ Las etiquetas, entonces, sirven para diferenciar. Una vez más, identidad y frontera aparecen de la mano en la confrontación.

Y esto, como lo probaron Peverly y Dymond, es un punto crítico para la conformación de la identidad canadiense y sus múltiples representaciones en la cultura popular. Las formas nacionales de representación, afirma Edensor, articulan las relaciones entre el espacio, las cosas, la gente y sus prácticas, señalando las cualidades que se les han asignado en tanto existe un común denominador que los distingue, el de nación. De esta forma se crea un contexto que une categorías, por medio de la conceptualización y el lenguaje, para constituir una fuente comunitaria de referentes y formaciones discursivas que se comparten.

La identidad nacional se sostiene, en parte, por medio de la circulación de representaciones de elementos culturales espectaculares e inocuos, los cuales incluyen [...] los paisajes, los lugares y objetos cotidianos,

⁵Baste recordar el ensayo del escritor Neil Bissoondath *Selling Illusions: The Cult of Multiculturalism in Canada* (Bissoondath, 2004).

hechos famosos y rituales, gestos y hábitos irrelevantes, y ejemplos de la tradición y la modernidad que las muchedumbres tienen en común. [...] A pesar de que ciertas imágenes icónicas se han separado de lo nacional [...], un sinnúmero de imágenes consistentemente reproducidas actúan como un recurso compartido para apuntalar la pertenencia nacional, sin importar qué tan recombinadas y reinterpretadas lo sean (Edensor, 2002:139).

Edensor señala que, para la construcción de la identidad nacional, la representación del paisaje es fundamental. El libro de Pevere y Dymond, al igual que muchos otros, sitúa a sus protagonistas en un paisaje que ellos definen como específicamente canadiense. Por su parte, para Adams el paisaje es fundamental; es curioso ver cómo se relaciona la situación geográfica de los encuestados con sus tendencias ideológicas y sus respuestas. Uno de los valores que Adams descubrió que era favorecido por los encuestados en casi todo Estados Unidos era la aceptación de la violencia: “La gente que salió más alta en esta tendencia cree que la violencia es un hecho inevitable de la vida, y que debe aceptárselo con cierto grado de indiferencia”

(Adams, 2003:157). Resulta irónico pensar en los canadienses como pacifistas cuando, en los últimos meses, varios reportajes y noticias apuntan a la presencia del ejército canadiense —y las bajas consecuentes— en la ocupación del territorio iraquí.

Si la cultura popular es lo que nos afecta mayormente hoy día, tal como Edensor lo prueba en su ensayo, es interesante notar que textos como los de Adams y de Pevere y Dymond —que se nutren de la vida cotidiana y de las representaciones que construyen tanto los ciudadanos y sus hábitos de consumo como las industrias culturales locales— dan una idea que se aleja del lugar común de la homogeneización, más bien “americanización”, de las culturas: la canadiense, que sería la más inmediatamente afectada por la que se produce al sur de su frontera, aún encuentra en la ironía una salida saludable para no desfallecer ante los embates mediáticos de sus vecinos. Más allá de su buena música, sus excelentes novelas, sus sorprendentes productos filmicos, allí están también sus textos teóricos para probarlo.

Bibliografía

Adams, Michael, *Fire and Ice. The United States, Canada and the Myth of Converging Values*, Toronto, Canadá, Penguin, 2003.

- Bisoondath, Neil, *Selling Ilusions: The Cult of Multiculturalism in Canada*, Canadá, Penguin, 2004.
- Edensor, Tim, *National Identity, Popular Culture and Everyday Life*, Oxford, Berg, 2002.
- Hall, Stuart, “¿Quién necesita ‘identidad’ ”, en Hall, Stuart y Paul du Gay (comps.), *Cuestiones de identidad cultural* (primera edición: 1996), Buenos Aires, Amorrortu, 2003, pp. 13-39.
- New, W. H., *Borderlands. How We Talk about Canada*, Vancouver, Canadá, UBC Press, 1998.
- Pevere, Geoff y Greig Dymond, *Mondo Canuck, a Canadian Pop Culture Odyssey*, Scarborough, Prentice-Hall, 1996.