¿Somos así, o nos hacen así?

Por Sebastian Guerrini

Desde siempre los estados se han valido de las imágenes para construir conceptos identitarios en el seno de sus poblaciones. Hoy el diseño es protagonista de ese proceso.

Un estado diseña las identidades nacionales a través de la creación y difusión de imágenes. Esta actividad de diseñar imágenes, conceptualizada como una acción política, se basa en proyectar y designar parámetros y contenidos que transforman la forma de ver y verse de la gente, o sea, afectar las identidades individuales y sociales.

Este enfoque considera que el aparato del estado es el que instala ideologías hegemónicas dominantes, al mismo tiempo que establece ciertos sentimientos en una nación dada, produciendo así su nacionalidad. Para ello, el estado usa ficciones culturales que se expresan desde imágenes diseñadas. Esto ocurre debido a la importancia social de las imágenes y a la importancia social del acto de ver, de representar, de interpretar, de imaginar y de desear como las fuentes que otorgan poder a las imágenes.

Para realizar esta acción, el estado debe personificar cierto contenido común y tener el poder de institucionalizar ese contenido. Además, necesita de soportes, de canales para difundir los discursos de la nacionalidad a través de la cultura material. Esos soportes son entre otros la arquitectura pública, los monumentos, las estatuas, la escarapela, los libros de textos escolares, uniformes, billetes, banderas, escudos y medios masivos de comunicación.

Diseñando la nacionalidad

La identidad nacional es una identidad hegemónica cuando lo nacional se convierte en la forma principal de entender cualquier otra organización social, dejando otras identidades o pertenencias en segundo lugar. Por ejemplo, identidades regionales, étnicas, deportivas o políticas.

Un estado nacional es una asociación política con soberanía sobre la nación, siendo el ente que ejerce la soberanía y el gobierno territorial. Los medios que utiliza el estado para lograr esa soberanía no son solo formales ni de fuerza, sino también lo hace desde el ejercicio de la ideología y la hegemonía. De acuerdo con Gramsci, la hegemonía también es el principio que establece un consentimiento tácito de la sociedad hacia quien la dirige. Para ello, y según Althusser, es el aparato ideológico del estado quien logra ese consentimiento a través de la ideología. La ideología es un sistema de representación que explica las causas y efectos de las experiencias vividas y las fantasías que estructuran la vida social. Ese sistema integra discursos o ficciones simbólicas que se expresan por medio de mitos.

Un mito es una historia, una creencia o un credo, una forma de pensamiento que culturalmente reduce las posibilidades existentes ofreciendo un recorrido aceptado para el lector de esas historias. Así, el mito simplifica posibilidades existentes o no a partir de situaciones similares, donde algo es bueno, malo, pertinente, coherente o eficiente de acuerdo al mensaje que fija el mito. En este caso, el mito nacional.

Aquí, el estado tiene un rol institucionalizado como mediador de mitos o discursos nacionalistas, ya que esos mitos, como la identidad, cambian en el tiempo y la prevalencia de unos sobre otros depende del contexto histórico y del poder de los distintos grupos de prevalecer, de convertirse en grupos hegemónicos y de narrar su versión del nacionalismo.

¿Qué hace el estado?

Tradicionalmente, el estado proyecta sus propios signos de nacionalidad confrontados con el resto de los otros signos relacionados, con el fin de fomentar y establecer una lectura selectiva de la realidad nacional. Haciendo esto, el estado trata de obtener el poder de encarnar la organización social, de poder definir él mismo la nacionalidad y especialmente de definir al ciudadano ideal que podría habitar esta nación. En consecuencia, el poder de tal definición es la mayor forma de construcción de identidades por parte de una imagen dominante.

En este contexto, el aparato ideológico del Estado contribuye por acción u omisión, a formar, consolidar y difundir sentimientos nacionales a través de la creación y dispersión de estampillas, billetes, banderas, escudos, monumentos y estatuas entre otros. Ellos materializan información y sentido, ya que son los instrumentos de la imaginación de una comunidad nacional y hacen la estructura social de la nación tangible y visible. De ese modo, el mito nacional, como el discurso de las creencias y memoria colectivas, comienza a hablar a través de individuos y circula gracias a la existencia de estos soportes.

Cinco modos de construcción de identidad

Las identidades nacionales son construidas por medio de un proceso de identificación de los individuos con imágenes. La acción de esas imágenes se puede resumir en cinco aspectos principales:

1. Las imágenes influencian nuestro proceso de construcción de sentido, así lo difundido por el estado cuestiona y/o refuerza la definición de lo que es una nación desde la visión de un grupo hegemónico.

Ejemplos de cómo el estado define a la nación pueden verse cuando se planifican y producen imágenes de un pueblo unido por su bandera, como sinónimo de nación (festejos del bicentenario de Argentina); cuando se colocan carteles que muestran a la nación como un proyecto colectivo (mensaje hacia el futuro por el aniversario de Vietnam); cuando se representa a la nación solo desde un grupo étnico (el pueblo Finlandés en un billete de 1920); de una acción (la travesía que supuestamente da origen a Australia) o desde un símbolo que muestra una voluntad y voracidad de la nación (el león inglés).

2. Las imágenes no son sólo la realidad sino representaciones que ofrecen información sobre quién es quién dentro de un grupo en tiempo, espacio y dentro de unas determinadas reglas de juego

Así, el rol de las imágenes como representación también involucra el ejercicio del poder que esa información puede generar. Un ejemplo de cómo el estado representa y ordena el quién es quién dentro de una nación, puede verse si comparamos los símbolos nacionales de México con los de Argentina. México se asume como nación usando la leyenda azteca del águila y la serpiente, lo que da como resultado una historia oficial de integración del pasado y el presente y también de presencia de los pueblos originarios en la idea de nación. Argentina fue en general representada como una mujer blanca afrancesada o desde el estrechar de las manos de hombres blancos (escudo nacional). Tan es así que en 1950, el gobierno del entonces presidente Perón representó a la nación desde trabajadores criollos (como en el cuaderno de texto «La Argentina de Perón»), pero al ser derrocado él por un golpe militar, no solo dejó de figurar su nombre en esos libros, sino que inmediatamente esas imágenes de gauchos y pobladores con piel y pelo oscuro fueron reemplazadas por la tradicional imagen de la maestra rubia. Por otro lado, el quién es quién también involucra la relación de los gobernantes con los gobernados, como en el caso de una estampilla de Mao en China, un póster de Stalin en la U.R.S.S. o en la omnipresencia de la foto de su presidente en la vida cotidiana de Túnez, según muestra esta foto que saqué en un kiosco.

3. Las imágenes tratan de definir algo tan amplio, relativo y cambiante como la realidad

Presentando una realidad alternativa en el tema de la violencia de género (campaña del gobierno español); una nueva realidad con respecto a la propiedad; una realidad idílica sobre lo que debe sentir un grupo social como el hispano en Estados Unidos (orgullo); una realidad generada por otros o una realidad de base legal.

4. Las imágenes cuentan historias y retienen la memoria social

Como las historias de la revolución que se ven en museos nacionales (en este caso de México). También historias que el estado hace recordar, como la de una enfermera inglesa fusilada durante la primera guerra mundial por los alemanes. Historias con final feliz en Chile, e historias de reivindicación de derechos, como los derechos a la salud pública de la comunidad gay, en Estados Unidos.

5. El estado busca por medio de imágenes movilizar y estimular el deseo colectivo

Así, en estos ejemplos y aunque parezcan ser mujeres las que actúan, es solo el estado el que está allí seduciendo. Seduce el estado aunque para ello deba mostrar los senos de sus heroínas, como en el caso de un billete francés de 1985 o de uno argentino de 1890. Moviliza el estado a través de una mujer, cuando en una campaña de enrolamiento dice que le hubiese gustado ser un hombre para entrar a la marina.

Publicado el 06/09/2010

FOROALFA
ISSN 1851-5606
https://foroalfa.org/articulos/somos-asi-o-nos-hacen-asi