

Una aproximación a la crisis de las identidades y una propuesta de investigación empírica

An approach to the crisis of identities and a proposal of empiric research

Juan de Dios López López

Investigador del Laboratorio de Estudios Interculturales de la Universidad de Granada.

jdlopez@ugr.es

RESUMEN

El proceso de globalización está produciendo, en opinión de ciertos sectores políticos y científicos, una crisis de las identidades. Se refieren principalmente a la identidad nacional, que está siendo afectada por la desestructuración del estado. Ante esta situación se han propuesto dos tipos de respuestas: por un lado, quienes afirman que es necesario una vuelta a las "raíces étnicas" y locales; y, por otro lado, quienes consideran que nos dirigimos irremediabilmente hacia una identidad global y cosmopolita. Al margen de estas consideraciones de carácter teórico-filosófico, son pocas las investigaciones empíricas que se realizan en torno al problema de la identidad. Propondré aquí algunas posibles líneas de investigación sobre el terreno.

ABSTRACT

In opinion of several fields of politics and science, the globalization process produces an identity crisis. This refers mainly to the national identity, which affects/causes the destructuralisation of the state. Facing this situation, two types of answers have been proposed: one of them affirms that it is necessary to return to the ethnic roots and local roots; and the other contends that we are headed irrevocably towards a cosmopolitan and global identity. All areas of these considerations have a theoretical-philosophical character, and just a few empirical studies on the problem of identity have been conducted. In this text, I propose some possible ways to undertake the field research.

PALABRAS CLAVE | KEYWORDS

etnicidad | identidad cultural | cosmopolitismo | nacionalismo | localismo | ethnicity | cultural identity | cosmopolitanism | nationalism | localism

En el año 2002, asistí a una conferencia sobre las consecuencias del proceso de globalización en Andalucía, pronunciada por el antropólogo Isidoro Moreno en la facultad de sociología de la Universidad de Granada. En ella Moreno intentó justificar la existencia de una identidad "étnica" andaluza. Una de las asistentes replicó que Andalucía era culturalmente diversa y que la mayoría de los andaluces eran conscientes de ello. El conferenciante objetó que, aunque quizá fuese cierto que algunos sectores andaluces rechazasen la idea de una unidad cultural e identitaria andaluza, la mayoría de los no andaluces sí son capaces de reconocer esa unidad y establecer una serie de rasgos culturales y étnicos comunes a todos los andaluces. Según él, las reticencias de la chica a la existencia de una unidad cultural y nacional andaluza provenían del discurso del cosmopolitismo, que se había convertido en los últimos tiempos en un lugar común. Moreno dijo que estaba acostumbrado a escuchar afirmaciones como la siguiente: "yo he nacido en Sevilla, mi juventud la pasé en Casablanca, me licencié en París, me doctoré en Roma, trabajo en Nueva York y paso tres meses al año en Cancún, así que no me siento de ningún sitio, soy cosmopolita". Según Moreno, nunca sabremos si esa persona es verdaderamente cosmopolita, pero podemos asegurar con absoluta certeza que esa persona es rica.

Sirva esta anécdota para presentar este texto mediante el que pretendo aproximarme a las posibles respuestas que ante la proclamada "crisis de las identidades" (Smith 1997: 16) se han planteado desde las ciencias sociales. Son dos principalmente: por un lado, las que afirman la existencia de una identidad global o cosmopolita que, basada en una cultura global, daría contenido a una sociedad también global. Y

por otro lado quienes ponen el acento en una vuelta a lo local y a la etnicidad.

Es curioso que tanto el cosmopolitismo como el discurso localista forman parte de la ideología de círculos "progresistas". Del mismo modo que las tendencias globalizantes y el nacionalismo son adoptados por ciertos sectores de la derecha política. Estas contradicciones dificultan el esclarecimiento de la reformulación de las identidades en la actualidad. Propongo aquí combinar la especulación teórica, política y filosófica en torno a las identidades con el trabajo empírico, sobre el terreno.

En el presente trabajo adoptaré la definición de identidad propuesta por Gilberto Giménez en *Identidades en globalización*:

"identidad es el conjunto de repertorios culturales interiorizados (representaciones, valores, símbolos...) a través de los cuales los actores sociales (individuales o colectivos) demarcan simbólicamente sus fronteras y se distinguen de los demás actores en una situación determinada, todo ello en contextos históricamente específicos y socialmente estructurados" (Giménez 2003).

Esta definición supera las concepciones esencialistas y psicologistas de la identidad al subrayar su carácter contextual y eminentemente relacional. Sin embargo, esta definición propuesta por Giménez carece de una consideración fundamental: la identidad como "fuente prioritaria de sentido social" (Castells 2000: 28). Asumo, tanto la propuesta de Giménez como la de Castells, en mi concepción personal de identidad.

Comenzaré discutiendo la supuesta crisis de las identidades nacionales, para después presentar las dos grandes reconceptualizaciones de la identidad colectiva que se han propuesto: la reafirmación de lo local y la identidad cosmopolita o global. Por último intentaré proponer nuevas vías de investigación empírica sobre las identidades colectivas.

Las identidades nacionales

Con la modernidad el sentimiento de pertenencia a una unidad nacional se convirtió en el eje principal de la identidad social. Más allá de las relaciones *cara a cara*, se estableció un vínculo de unidad, homogeneidad e identificación entre personas alejadas entre sí. Se han escrito muchas páginas sobre cómo llegó a ser así (Gellner 1988; Smith 1997), en el presente texto no me detendré en esta cuestión.

Para que esto llegara a ser así, los estados, en cuyo origen tampoco haré hincapié, adoptaron varias estrategias. Entre ellas, las más importantes en mi opinión fueron dos: por un lado, los estados adoptaron una identidad entre las distintas etnicidades que habitaban en el territorio estatal o simplemente la crearon *ex nihilo*; y por otro, institucionalizaron un sistema educativo que, mediante la creación de una historia social, política y cultural de carácter nacional, justificó el sentimiento de pertenencia primaria al estado-nación en los futuros ciudadanos, quienes ya asumían dicha identidad como algo natural e incuestionable (Gellner 1988). De este modo los estados-nación han intentado convertirse en una suerte de "superetnia"; pero, sin embargo, no han conseguido completar este proyecto (Baumann 2001: 45). Muchas comunidades establecidas que se han transformado en minorías, al verse obligadas a pertenecer a una estructura identitaria nacional, reclaman ahora lo que consideraban su identidad original. Y, desde una posición radicalmente distinta, se proclama que "vivimos en una "aldea global" que ha dejado chiquitos a los estados-nación y requiere para sus problemas soluciones globales" (Cortina 1999: 260).

No sugiero aquí que las identidades nacionales hayan desaparecido del mapa sociocultural contemporáneo. Es la idea de estado y no la de nación la que ha entrado en las últimas décadas en una confusa situación de crisis. ¿Cómo podemos explicar la connivencia entre el reciente auge de los nacionalismos y la progresiva pérdida de influencia de los estados? La respuesta es ortográfica, hay que

borrar el guión y dejar de hablar de estados-nación para comenzar a pensar en estados y naciones. Como sugiere Manuel Castells, "reducir las naciones y nacionalismos al proceso de construcción del estado-nación hace imposible explicar el ascenso simultáneo del nacionalismo y el declive del estado moderno" (Castells 2000: 54).

Lo que sucede es que las naciones han dejado de ser para muchos una fuente fundamental de su identidad personal. Esto no quiere decir que éstas hayan dejado de existir, sino que las identidades basadas en las naciones se relacionan e interconectan con otras fuentes de sentido que pueden trascender a las naciones o, por el contrario, pueden basarse en segmentos poblacionales de un mismo territorio nacional. Esta es una de las contradicciones de lo que Roland Robertson ha llamado la glocalización (Beck 1998: 79), "nuestra identidad no puede definirse ya por la pertenencia exclusiva a una comunidad nacional. El objeto de estudio no debe de ser entonces sólo la diferencia, sino también la hibridación" (García Canclini 1995: 109), el juego entre lo global y lo local. Pero ¿qué ha ocurrido, entonces, con las naciones? En palabras de García Canclini:

"Las naciones y las etnias siguen existiendo. Están dejando de ser para las mayorías las principales productoras de cohesión social. Pero el problema no parece ser el riesgo de que las arrase la globalización, sino entender cómo se reconstruyen las identidades étnicas, regionales y nacionales en procesos globalizados de segmentación e hibridación cultural" (García Canclini 1995: 113).

Si la identidad nacional ha dejado de ser, como sugería Canclini, el principal factor de cohesión social ¿qué soluciones se han propuesto ante esto?

La vuelta de lo local

Ante la posible decadencia de la identidad nacional una de las propuestas que cobra más fuerza en las últimas décadas es la de volver a las comunidades locales. La idea de etnicidad, asociada antaño exclusivamente a sociedades tribales y a minorías urbanas, adquiere cada vez más fuerza en la sociedad contemporánea. Numerosos teóricos atribuyen a la etnicidad una mayor eficacia que a la identidad nacional-estatal.

"La idea de etnicidad tiene una gran ventaja sobre la de 'estado': nadie necesita un pensamiento abstracto para saber lo que es. La etnicidad implica una serie de raíces: de dónde provengo, qué es lo que me hace ser lo que soy, en una palabra, la identidad natural" (Baumann 2001: 33).

Sin duda es en esta ilusoria concepción "natural" de la identidad étnica donde reside su eficacia como fuente de cohesión social. Otra ventaja de las identidades locales es su capacidad para canalizar una mayor participación colectiva de los individuos en los asuntos que los atañen.

Globalización, democracia y localismo

Es un hecho difícilmente cuestionable que estamos perdiendo control sobre nuestras vidas. La pérdida de influencia de los estados-nación sobre la economía mundial convierte a la democracia en una mera declaración de buenas intenciones. Junto a estos aspectos del proceso de globalización podemos apreciar una revitalización de los nacionalismos y de las identidades locales en todo el mundo ¿Cómo podemos hablar de una reafirmación de lo local en la actualidad, en pleno proceso de globalización?

La globalización es un proceso lleno de contradicciones. No es mi propósito aquí dar una definición de la globalización. El debate está abierto, más aún, comenzando en las ciencias sociales. Las propuestas teóricas son muchas y diversas, desde quienes entienden la globalización como el simple establecimiento

del mercado a escala mundial (Wallerstein, citado por Beck 1998) hasta quienes preconizan la desaparición de las particularidades culturales y la McDonalización del globo.

Vivimos en un mundo cada vez más complejo e interconectado, que, a pesar de los enormes flujos de información, es también cada vez más difícil de comprender y de controlar; y sucede que "cuando el mundo se vuelve demasiado grande para ser controlado, los actores sociales pretenden reducirlo de nuevo a su tamaño y alcance" (Castells 2000: 89). La proclamada vuelta a lo local puede ser interpretada como un intento por parte de los individuos de recuperar cierto poder democrático que se está viendo zarandeado por dos procesos: uno, la mundialización de la economía, que ha elevado la exclusión social a niveles desconocidos hasta ahora; y otro, una tendencia hacia la homogeneización cultural y al individualismo en las relaciones sociales.

"Para aquellos actores sociales excluidos de la individualización, o que se resisten a ella, de la identidad unida a la vida en las redes globales de poder y riqueza, las comunas culturales de base religiosa, nacional o territorial parecen proporcionar la principal alternativa para la construcción de sentido en nuestra sociedad" (Castells 2000: 88).

Y aparece entonces "la posibilidad del estado local como instancia significativa de reconstrucción del control político y el significado social" (Castells 2000: 88).

Los teóricos de la denominada "glocalización" consideran que esta reafirmación de lo local no entra en contradicción con el aumento de las tecnologías globales de la información que han posibilitado la creación de una cultura mediática y artística "no localizada". Quienes piensan así creen que "simultáneamente con la desterritorialización de las artes hay fuertes movimientos de reterritorialización, representados por movimientos sociales que afirman lo local y también por procesos massmediáticos: radios y televisiones regionales, creación de micromercados de músicas y bienes folclóricos, la 'desmasificación' y 'mestización' de los consumos para engendrar diferencias y formas de arraigo locales" (García Canclini 1995: 112).

Pero cabe otra alternativa, además de la reafirmación de las identidades locales, para superar probable la crisis de la identidad nacional: el proyecto de la identidad cosmopolita.

El ideal de la identidad cosmopolita

La sociedad del riesgo

Un gran número de los teóricos del cosmopolitismo y de la identidad global considera los riesgos medioambientales mundiales como el principal factor que da lugar a la aparición de una identidad global. Es imposible establecer fronteras territoriales e identitarias ante las catástrofes ecológicas, cada vez más frecuentes en el planeta. Es por eso que "nuestra conciencia del mundo sería, antes que nada, la conciencia de una 'comunidad global de riesgo'" (Giménez 2003).

Pero la mera conciencia del riesgo global, no puede generar por sí misma un sentimiento de pertenencia a una comunidad cosmopolita. Se requiere una serie de materiales simbólicos y culturales que se conviertan en fuentes de sentido de una supuesta identidad cosmopolita. Y es aquí donde entran en juego los flujos de información globales.

El papel de los medios

Los medios de comunicación están representando uno de los papeles más importantes en la reformulación de la cuestión identitaria. Es gracias a los medios globales que se está estableciendo, en opinión de algunos autores, una especie de cultura global que daría contenido a una sociedad mundial y

se postularía como fuente de su identidad. "El referente cultural del sentimiento de pertenencia global debe buscarse en la cultura mass-mediática" (Giménez 2003). Puesto que, si alguna vez ha existido, existe o existirá un imaginario colectivo de carácter mundial, éste estará nutrido por los materiales simbólicos proporcionados por los medios de comunicación. Puesto que los medios globales son las fuentes que proporcionan a los individuos un "mayor acceso a lo que podríamos describir genéricamente como "conocimiento no local" (Thompson 1998: 269).

La crítica a este papel de los *media* en la formación de una comunidad global tiene dos formulaciones fundamentales: por un lado, quienes piensan que sólo pueden ocasionar débiles vinculaciones por su carácter "efímero, superficial y transitorio" (Giménez 2003: 4). Y, por otro lado, quienes afirman que la recepción del discurso de los medios está filtrada por las particularidades culturales. También es importante afirmar que, a pesar de que los medios nos proporcionan experiencias que trascienden nuestro ámbito local, "la simple acumulación multicultural de experiencias no genera automáticamente hibridación, ni comprensión democrática de las diferencias" (García Canclini 2001: 60).

Donde sí parece haber más acuerdo es en la aparición de una cierta clase cosmopolita constituida por una elite internacional (recuérdese la anécdota con la que comenzaba este ensayo). Y, si es cierto que "hoy la identidad, aún en amplios sectores populares, es políglota, multiétnica, migrante, hecha con elementos cruzados de varias culturas" (García Canclini 1995: 109), no es menos cierto que el acceso a los materiales (que no son meramente simbólicos) que constituyen la identidad cosmopolita se realiza de forma desigual.

El cosmopolitismo como proyecto ético

Castells distingue entre a) identidades legitimadoras, b) identidades de resistencia y c) identidades proyecto (Castells 2000: 30). En el contexto de la era de la globalización, se puede establecer una correspondencia entre estos tipos ideales de identidad y lo que en este trabajo hemos denominado a) identidad nacional, b) identidad étnica o localista y c) identidad cosmopolita.

Desde algunos ámbitos políticos y científicos se ha afirmado la necesidad de hacer de la identidad cosmopolita un proyecto ético de ciudadanía internacional. "La humanidad tiene un destino, el de forjar una ciudadanía cosmopolita, posible en una suerte de república ética universal" (Cortina 1999: 252).

¿Cómo hacer posible este proyecto? Algunos autores sugieren actuar desde el ámbito meramente social e identitario. Así, Rafael del Águila sugiere que "podemos y debemos iniciar una tarea política de transformación cosmopolita. Una transformación destinada a ampliar el 'nosotros' y a incluir entre los grupos a los que debemos lealtad y justicia a un número cada vez mayor de personas. Esta tarea de inclusión en el 'nosotros' tiene [...] una base emocional más que racional: funcionaría haciendo de 'ellos' seres como 'nosotros', llamando la atención sobre valores, historias y comportamientos 'suyos' que se solapan en medidas relevantes con los nuestros" (del Águila 2001: 23-24).

Otros autores suman a esta tarea de ampliación del "nosotros", la necesidad de crear instituciones cosmopolitas que posibiliten una participación democrática a escala planetaria (Beck 1998: 152-159; Estévez Araujo 2000: 288-290). Desde este punto de vista, la existencia de una sociedad global no sería incompatible, como plantean los localistas, con la participación política y el refuerzo de la democracia.

Tras haber examinado las propuestas que en un plano teórico se han dado al problema de las identidades, abordaré posibles líneas de investigación empírica en torno a este tema.

Una propuesta. La identidad como espectáculo y como consumo

Una vez que hemos descubierto o hemos entendido que la realidad social es una construcción (Berger y

Luckmann 1986) hemos de dar un paso adelante, hemos de investigar cuales son los materiales que se usan en la construcción de lo social, quienes son los constructores y para qué construyen (Castells 2000: 29). Según Canclini "la identidad es una construcción que se relata" (Canclini 1995: 107). Para poder analizar las identidades colectivas no podemos más que acercarnos a sus puestas en escena.

Considerar la identidad como un espectáculo no supone tratar el tema de un modo trivial. Significa, por el contrario, afirmar que la identidad es lo que dice que es, como se relata a sí misma. Es necesario tratar el tema de las identidades desde el trabajo empírico y no sólo desde la especulación filosófica, lo que supone analizar sus "manifestaciones espectaculares". Por ejemplo: mitos fundacionales, relatos heroicos, símbolos compartidos y, en definitiva, todas aquellas manifestaciones y exaltaciones públicas de la identidad. No significa olvidar el carácter social e histórico de la identidad sino contar con materiales susceptibles de investigación empírica.

El mercado como constructor de identidades

Pero no sólo hemos de investigar las narrativas de la identidad relatadas por los propios miembros de una misma comunidad identitaria. Sería muy interesante conocer como se construyen "las otredades" mediante la producción y el consumo de los llamados productos culturales. El mercado ha aprovechado el complejo entramado de imágenes, estereotipos, asociaciones y representaciones simbólicas basadas en la otredad y en la diferencia que constituyen "lo exótico" -lo que desde el mercado se considera "étnico"- en cualquier sociedad, para atraer consumidores. A pesar de que tiene un claro precedente en el orientalismo de los escritores románticos decimonónicos (Said 1990), el boom de "lo étnico" -y aquí las comillas son imprescindibles-, la atracción por lo "exótico" y su explotación comercial es un fenómeno reciente que alcanza a una multitud de ámbitos. Cualquier tienda de discos que se precie en cualquier ciudad europea tiene su sección de música étnica -bajo este rótulo se engloba cualquier música que no sea europea o norteamericana-, conocidos grandes almacenes tienen su "semana de la India" o su "semana oriental", McDonald vende hamburguesas "del mundo" y así un largo etcétera. De nuevo nos encontramos con la glocalización.

Los expertos en comercio y marketing publicitario han establecido la marca de "étnico" aplicada a una serie de artículos comerciales muy diversos. De esta forma se reduce la diversidad cultural a una serie de iconos e imágenes. El consumidor de "lo étnico" y "lo exótico", como el literato romántico decimonónico, se siente transportado a otros tiempos o a otros lugares; va al Corte Inglés durante la "semana de la China" y se compra una lámpara china y, aunque ésta haya sido diseñada y fabricada en Alicante, él siente que su lámpara es realmente china. La diversidad cultural queda reducida a una imagen, un objeto, un símbolo.

La investigación por parte de las ciencias sociales del consumo de este tipo de productos seguramente abrirá nuevas vías para la comprensión de las identidades y su reconceptualización en la actualidad.

A modo de conclusión

A lo largo del presente artículo he mostrado como se está desarrollando, a un nivel teórico, el problema de la identidad en la actualidad. He tratado de dejar claro que no nos enfrentamos a una "crisis de las identidades" sino que estamos presenciando una adecuación de las mismas a las nuevas condiciones históricas, sociales, políticas y económicas que impone el proceso de globalización.

Los tres tipos de identidad a los que hemos aludido -identidad nacional, identidad localista e identidad cosmopolita- coexisten en el mundo contemporáneo, pudiendo manifestarse en un mismo individuo dependiendo de las relaciones sociales que establezca en cada contexto determinado.

Las identidades nacionales no han dejado de existir. Han dejado de ser la fuente primordial y única de

sentido social como lo habían sido en el occidente moderno. Y, desde mi punto de vista, no existen indicios para suponer que ningún tipo de identidad colectiva vaya a imponerse, en un futuro próximo, a las demás. En la "sociedad red" (Castells 2000) prevalecerá una identidad red, donde lo local y lo global estará permanentemente interconectado.

En la investigación social en torno a las identidades ha de combinarse la especulación teórica con el trabajo de campo empírico. Debemos analizar las manifestaciones públicas de la identidad y señalar quienes y desde donde construyen las identidades. Los medios de comunicación y el mercado constituyen un ámbito interesante para el análisis de la construcción social de la identidad.

Bibliografía

Águila, Rafael del

2001 "Tras el 11 de septiembre. Dilemas y paradojas de la globalización", *Claves de Razón Práctica*, 118, diciembre 2001: 20-29.

Baumann, Gerd

2001 *El enigma multicultural. Un replanteamiento de las identidades nacionales, étnicas y religiosas*. Barcelona. Paidós.

Beck, Ulrich

1998 *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización*. Barcelona, Paidós.

Berger, Peter (y Thomas Luckmann)

1986 *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires, Amorrortu.

Castells, Manuel

2000 *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol. 2: El poder de la identidad*. Madrid, Alianza.

Cortina, Adela

1999 *Ciudadanos del mundo. Hacia una teoría de la ciudadanía*. Madrid, Alianza.

Estévez Araujo, J. A.

2000 "Ciudadanía cosmopolita versus globalización neoliberal", en H. Silveira Gorski, *Identidades comunitarias y democracia*. Madrid, Trotta, 2000.

García Canclini, Néstor

1995 *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México, Grijalbo.
2001 *La globalización imaginada*. México, Paidós.

Gellner, Ernest

1988 *Naciones y nacionalismo*. Madrid, Alianza.

Giménez, Gilberto

2003 *Identidades en globalización*. [en línea], [Consulta: 9 de marzo de 2003].

<http://www.gimenez.com.mx/articulo1/articulo.html>

Said, Edward W.

1990 *Orientalismo*. Madrid, Ediciones Libertarias.

Smith, A. D.
1997 *La identidad nacional*. Madrid, Trama.

Thompson, John B.
1998 *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona, Paidós.

Publicado: 2004-12

