



La identitat, reconeixement i diferenciació

SALVADOR CARDÚS I ROS

Quan es parla de la noció d'identitat, l'accent es posa en el contingut d'aquesta identitat, és a dir, en allò que té de substantiu, i que és el que se suposa que la fa específica i única. Unes vegades, aquesta «substància» és material –unes obres musicals, un patrimoni arquitectònic, una tradició literària determinable en una llista d'obres clàssiques...–, i d'altres és immaterial, formulada per exemple en termes de valors associats a aquella identitat, com ara el suposat caràcter lluitador o pactista d'un poble, l'esperit innovador d'una cultura o bé un tarannà personal adust i esquerp per naturalesa. En tots els casos, doncs, la identitat és alguna cosa que es podria definir pel seu contingut.



Les velles aproximacions a la identitat

Tradicionalment, i encara ara, s'ha concebut la noció d'identitat com si estigués formada per una sèrie de continguts precisos –pràctiques culturals, estils de vida, creences...– que en definirien les particularitats i que permetrien diferenciar unes identitats de les altres. D'aquesta manera, per exemple, s'ha entès que la identitat dels pobles es podia expressar en referència a un suposat caràcter nacional general dels seus membres, forjat al llarg del temps per fer front a adversitats històriques. O així també s'han considerat les identitats culturals, que estarien constituïdes per l'ús d'una llengua o per l'existència d'unes tradicions populars o d'unes produccions artístiques i intel·lectuals cultes que les omplirien de contingut. I, encara, aquesta és la perspectiva amb què se sol imaginar la identitat personal, és a dir, com una manera de ser singular i irreplicable, resultat tant d'algun fons innat inespecífic com d'un cúmul d'experiències i de determinacions familiars, escolars o professionals que l'haurien acabat de configurar.

Tanmateix, sense treure valor a aquest tipus d'aproximacions pròpies del sentit comú popular, des d'un punt de vista sociològic, és a dir, amb voluntat analítica, és notori que aquestes intuïcions esdevenen insuficients i que emmascaren les dimensions objectivament més rellevants de la realitat social a què es refereix. I, particularment, són conceptualitzacions limitades en dos sentits. Primer, una aproximació substantiva –i que, en molts casos, n'implica una visió essencialista–, menysté el caràcter dinàmic, canviant i adaptatiu que acostuma a tenir la identitat. I, segon, aquest tipus de noció substantiva d'identitat dóna lloc a uns discursos que cal considerar artefactes ideològics al servei de l'ordenació de les relacions de poder entre individus, grups, nacions o mercats. Tal com escriu François Laplantine, vista en aquests termes, la noció d'identitat és «d'una gran pobresa epistemològica, però, per contra, d'una gran eficàcia ideològica», cosa que porta Eric Dupin a sostenir de manera provocadora que, pensada en termes essencials, «la identitat no existeix».

Els actuals debats identitaris

És cert que els actuals debats dits identitaris es fan sobre el supòsit de la seva naturalesa substantiva, de manera que hom hi sol discutir sobre quins són aquests continguts específics que conformen una identitat i que permeten establir una mena de dret d'admissió –i, per tant, d'exclusió– a una o altra identitat. Què és ser català i qui se'n pot considerar? O, què és ser espanyol, o nord-americà? Com són els barcelonins, o els gironins o els terrasencs? Quins són els atributs propis dels joves, dels adults o dels vells? Quins elements culturals i quins de biològics diferencien les identitats sexuals que s'expressen en termes de feminitat i de masculinitat? Hi ha literatura espanyola en català, o literatura catalana escrita en castellà? Existeix una especificitat identitària pròpia de la nació boliviana? O més aviat cal parlar d'identitats ètniques quítxua o aimara o guaraní a l'Estat de Bolívia? Etc. Ara bé, més enllà de la intencionalitat explícita d'aquestes preguntes, si s'analitzen les raons últimes d'aquests debats identitaris, és notori que es tracta de l'expressió d'una lògica social conflictiva posada al servei de l'ordenació de les relacions de poder entre grups i individus. És a dir, són expressió de lluites simbòliques pel reconeixement i, en darrer terme, de poder.

Si s'analitzen les raons últimes d'aquests debats identitaris, és notori que es tracta de l'expressió d'una lògica social conflictiva posada al servei de l'ordenació de les relacions de poder entre grups i individus. És a dir, són expressió de lluites simbòliques pel reconeixement i, en darrer terme, de poder.

En aquest sentit, i centrant-nos en el cas de les identitats nacionals, són exemples significatius d'allò que sostinc els recents debats sobre la britanitat a la Gran Bretanya, especialment viu després dels atemptats terroristes de grups islamistes

radicals del 2005, o encara el més recent gran debat nacional proposat per Nicolas Sarkozy a França amb l'objectiu de reforçar els valors patriòtics dels francesos, és a dir, els vincles de lleialtat nacional. Uns debats que encara esdevenen més interessants pel fet que a la Gran Bretanya ha estat proposat per les esquerres, amb una notable intervenció de Gordon Brown uns quants mesos abans de ser elegit primer ministre laborista, mentre que a França ha estat vist com un debat típicament conservador.

Per sota de les diferències pròpies de cada cultura política, la qüestió de fons és la mateixa: com, en una societat globalitzada, es poden mantenir els vincles de lleialtat amb la comunitat nacional per assegurar l'intercanvi necessari de drets i deures que sustenta la condició de ciutadà.

D'altra banda, cal fer notar que, tant a la Gran Bretanya com a França, el debat s'ha produït molt estretament vinculat al fet de la immigració i dels conflictes que s'hi han associat, encara que a cada territori s'ha fet des de les seves pròpies categories polítiques. A la Gran Bretanya, en particular, el debat s'ha centrat en la discussió de la viabilitat real d'un projecte de societat multicultural, mentre que a França es tracta d'actualitzar la vigència de l'orgull nacional fonamentat en la capacitat integradora d'una sòlida cultura particular, molt lligada a la llengua, com a vehicle d'universalització. Tanmateix, per sota de les diferències pròpies de cada cultura política, la qüestió de fons és la mateixa: com, en la complexitat d'una societat globalitzada –o en plena mundialització–, es poden mantenir els vincles de lleialtat amb la comunitat nacional per assegurar l'intercanvi necessari de drets i deures que sustenta la condició de ciutadà. És a dir, fins on és democràticament assumible la diversitat i quins mecanismes són democràticament legítims per forçar una vinculació emocionalment forta del ciutadà amb la seva comunitat.

Dit d'una altra manera, el problema de la identitat en un món globalitzat és com preservar la comunitat de voluntats i aspiracions en què es fonamenta la nació en uns temps propicis a la promiscuïtat cultural, a la mobilitat internacional i a la fragmentació dels espais nacionals tradicionals. O, si es vol, com continuar fabricant ciutadans en un temps en el qual és habitual una rara combinació de culte a l'etnicitat més primitiva i llunyana amb l'admiració del cosmopolitisme d'aeroport. I, encara, com es pot gestionar la lleialtat a un sistema polític fonamentat en la pertinença territorial en un món en el qual es passa, sense solució de continuïtat, de la seducció per les arrels antigues d'un costum ancestral o la recerca del tipisme i l'autenticitat del gust culinari local, a la transgressió de totes les fronteres imaginables gràcies a l'ús de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) i dels viatges a baix preu.

El problema de la identitat en un món globalitzat és com preservar la comunitat de voluntats i aspiracions en què es fonamenta la nació en uns temps propicis a la promiscuïtat cultural, a la mobilitat internacional i a la fragmentació dels espais nacionals tradicionals.

Es pot argumentar que sempre hi ha hagut processos d'universalització cultural d'allò que ha estat originalment local. Però la difusió era resultat d'un procés lent d'apropiació i reinterpretació. Podríem parlar de la música de Bach o de Beethoven, produïdes en clau local d'entrada, però universals en l'actualitat, amb la pèrdua, és clar, de les seves funcionalitats socials o ideològiques originals. Ara, però, la novetat és la implosió del procés d'universalització del que és local sense la intermediació dels Estats, de les grans institucions com les esglésies, ni de les elits culturals socialment reconegudes. I, en conseqüència, la qüestió a resoldre és la de quins són els mecanismes de manteniment dels espais nacionals com a territoris de pertinença política sense la qual trontolla tota la lògica del sistema de representació democràtica.

La identitat, un sistema de relacions

He posat el cas dels debats sobre identitat nacional, però aquests no són diferents de la resta de debats identitaris, i tots remetent igualment a les lluites pel reconeixement i la diferenciació, que és el combat per la mateixa existència social. Per això es pot dir que, en realitat, no són discussions – com aparenten – sobre la substància de cadascuna de les realitats que cal preservar –i crear o fer desaparèixer–, sinó sobre el sistema de relacions en el qual estan immerses aquestes suposades realitats identitàries. Per això, també es pot dir que els debats identitaris són, per definició, debats que neixen d'una crisi d'identitat, del fet d'estar amenaçada o de la voluntat d'imposar-se per damunt d'altres.

No hi ha una identitat que es pugui entendre per ella mateixa, sinó que només pot existir com a resultat d'aquest procés de reconeixement o de negació del reconeixement.

És per totes aquestes aquesta raons que, si més no des de la sociologia, cal revisar radicalment la mateixa noció d'identitat. Així, la identitat cal concebre-la com l'expressió d'un sistema de relacions al servei d'un procés de reconeixement i diferenciació. No hi ha, doncs, una identitat que es pugui entendre per ella mateixa –concepció substantiva–, sinó que només pot existir com a resultat d'aquest procés de reconeixement o de negació del reconeixement. I, per tant, com ha dit Manuel Delgado (1999, p. 33), «les identitats no només han de negociar constantment les relacions que mantenen, sinó que són aquestes relacions». Posem un exemple en el terreny individual: de què em serviria que jo mateix em considerés un individu divertit si ningú del meu entorn no em rigués les gràcies? Òbviament, si ningú no em trobés graciós, em veuria abocat a una gravíssima crisi d'identitat. És a dir: la meua naturalesa graciosa només pot existir gràcies a un

tipus de relació que negociï amb els altres per tal que me la reconeguin, me la confirmin i la refermin, i, en aquest sentit, la meua gràcia ja no és ni una naturalesa, ni tan sols és exclusivament meua...

Certament, aquest teixit de relacions que podem anomenar identitàries necessiten algun suport real o imaginari. Però, atès el caràcter complex i canviant d'allò que constitueix avui dia les formes de reconeixement individuals i col·lectives, més que no pas els continguts substantius particulars, allò que és determinat és el recipient de tots aquests continguts. La identitat, en aquest sentit, és més un contenidor que no pas un contingut; és més una forma que no pas un fons. La forma de la identitat és la part reconoscible i identificable, mentre que el fons –sigui el que sigui el que el constitueix– és confús i heterogeni. La forma és modelable segons les condicions de la relació, mentre que el fons sol ser inaccessible i més difícil de modificar.

La identitat és més un contenidor que un contingut; és més una forma que no pas un fons. La forma de la identitat és la part reconoscible i identificable, mentre que el fons és confús i heterogeni. La forma és modelable segons les condicions de la relació, mentre que el fons sol ser inaccessible i més difícil de modificar.

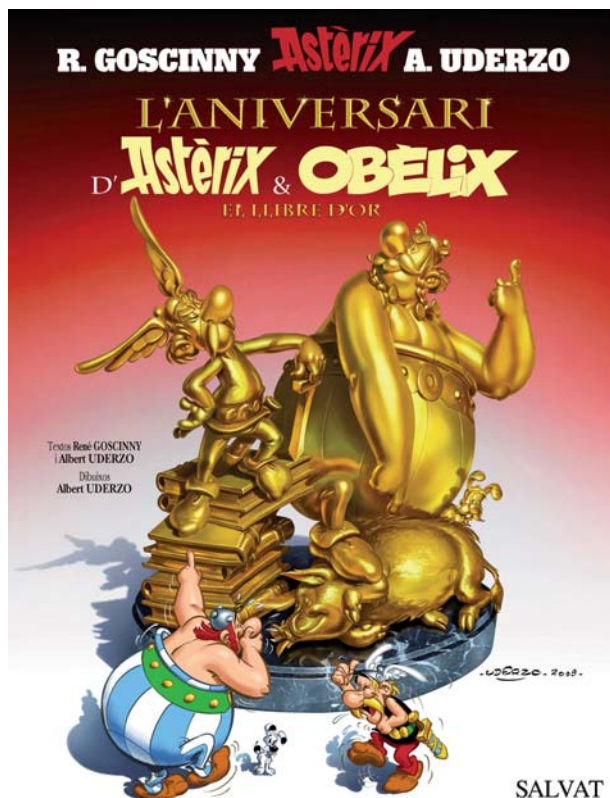
Fa uns quants anys, una companyia automobilitària va recuperar una vella entrevista del 1971 a l'actor sinoamericà **Bruce Lee**, nascut el 1940 a San Francisco. L'actor aconsellava «desfer-se de les formes» per poder fluir com l'aigua: «Posa aigua en una ampolla, i serà ampolla; posa-la en una tetera, i serà tetera.» I acabava: «Sigues aigua, amic meu.» Hom podria pensar que Bruce Lee és el precursor més notable de la que després ha estat l'exploradíssima metàfora creada i desenvolupada per **Zygmunt Bauman** sobre la societat líquida! Però el més interessant del consell de Bruce Lee és la paradoxa que,

buidant la pròpia ment i alliberant-te de la teva pròpia forma, essent aigua, no és que t'alliberis de tenir-ne de forma, sinó que, com que t'adaptes, les pots ser totes. Doncs bé: podríem dir que la globalització, en un cert sentit, és la que ha obligat a aquesta «liquació» de les substàncies identitàries –nacionals, sexuals, culturals, individuals...– per fer-les més mal·leables a les circumstàncies canviants i a la pluralitat de mons de vida possibles.

La identitat és una pell

En definitiva, la meua proposta és canviar la noció d'identitat per passar de posar l'accent en el contingut substantiu a imaginar-la com un contenidor de matèries heterogènies la forma del qual està determinada per un marc de relacions particulars i canviants. Dit amb una metàfora que em sembla especialment suggeridora, la identitat és una pell. La idea de pell remarca, d'una banda, la flexibilitat adaptativa, mentre de l'altra manté l'especificitat del reconeixement per la forma. Probablement, la metàfora de la pell té en contra la referència a la superficialitat, que podria fer pensar en circumstàncies transitòries i banals. Però, en realitat, la pell –si se'm permet jugar amb el doble sentit de les paraules– no en té res d'epidèrmica! La pell és l'espai de relació i intercanvi per excel·lència. És l'àmbit del tacte i les carícies. També és el territori del conflicte i de l'expressió agressiva. La pell és la frontera, és a dir, alhora la separació i la unió. La pell és l'autenticitat i la màscara, el territori de l'arruga que delata l'edat i del maquillatge que la dissimula. I és a flor de pell que s'expressen sentiments i emocions que ens arriben a posar la pell de gallina. Aquesta pell que, paradoxalment, també és permanència i canvi: permet reconèixer-nos després d'anys de no veure'ns, per bé que les seves cèl·lules es renoven cada quinze dies!

Deixem les metàfores, però, i tornem als processos. La identitat, definida des d'aquesta nova perspectiva, ens situa davant del procés que permet resoldre tres exigències de tota lògica social: el reconeixement, la diferenciació i la vinculació.



▲ «Els nostres ancestres els gals...». Així començaven els llibres escolars d'història a França.

El debat identitari, per tant, deixa de ser entès com una reflexió introspectiva sobre el que som, o el qui són, i esdevé l'expressió del conflicte derivat de la dialèctica entre l'afirmació, la distinció i la inclusió. És en aquesta lògica del reconeixement, la diferenciació i la vinculació, que també cal situar la proposta de Manuel Castells d'identificar identitats de projecte, com a mecanisme d'identificació i pertinença orientat cap al futur, i no de recreació en una concepció essencialista fonamentada en un passat poc o molt fictici.

La identitat, definida des d'aquesta nova perspectiva, ens situa davant del procés que permet resoldre tres exigències de tota lògica social: el reconeixement, la diferenciació i la vinculació.

Per acabar, i sense voluntat d'exhaustivitat, voldria assenyalar breument les principals lògiques paradoxals amb les quals es juga el combat de les relacions entre identitats i en les quals aquestes s'expressen. La primera de totes, és manifesta en el fet que la identitat, abans que mostrar, amaga. Ja hem parlat de les idees de «contenedor» i de «pell», que, efectivament, són cobertures d'estructures més complexes. El primer objectiu de disposar d'una identitat reconeguda –si no fos reconeguda, com hem dit, no hi hauria tal identitat– és d'autorepresentar-se de manera simple, obviant les heterogeneïtats dels continguts que aquesta pell-identitat amaga. En el cas, per exemple, d'una identitat nacional, l'efecte del reconeixement s'obté no pas pel fet de mostrar amb exactitud tots els components complexos i contradictoris que la conformen, sinó, tot el contrari, per la possibilitat de simular una homogeneïtat que no és autèntica, però que és eficaç. Es tracta del recurs als famosos estereotips que tant serveixen per tal que una comunitat s'autoqualifiqui i es reconegui a ella mateixa en uns determinats valors, com per desqualificar les comunitats veïnes, sempre possibles adversàries de la pròpia posició en l'espai de lluita pel reconeixement. I és que, en un cert sentit, reconèixer obliga a simplificar, a exagerar, a accentuar, i, per tant, a ocultar tot allò que pogués desdibuixar la fesomia que es vol imposar.

En el cas d'una identitat nacional, l'efecte del reconeixement s'obté no pas pel fet de mostrar amb exactitud tots els components complexos i contradictoris que la conformen, sinó per la possibilitat de simular una homogeneïtat que no és autèntica, però que és eficaç.

La segona lògica paradoxal a la qual em referiré és al fet que la identitat funciona quan no està problematitzada, és a dir, quan no és viscuda de manera explícita. Les identitats eficaces són percebudes de manera naturalitzada, com una evidència. Per això, en algunes ocasions, els debats

identitaris se situen en un pla extremadament agressiu, perquè hom creu que només el fet de posar una identitat a debat ja suposa una transgressió de la seva naturalesa sagrada, incontestable i inviolable. Cal no oblidar que el mecanisme principal de creació i manteniment de les identitats és l'exercici de la violència simbòlica, que és aquella que aconsegueix invisibilitzar-se en l'adhesió voluntària a imposicions externes. En el cas de les identitats nacionals, aquesta violència l'exerceix l'Estat a través dels seus aparells ideològics i dels que té al seu servei –per exemple, els mitjans de comunicació–, que defineixen estratègies d'adhesió emocional efectiva. Potser un dels exemples més clars seria el paper de les representacions esportives nacionals a les quals s'atribueixen les virtuts del conjunt de la nació. Però aquest mecanisme de la violència simbòlica també és aplicable, posem per cas, al mercat. La moda, la tendència, és la màxima expressió d'aquesta lògica de la coacció simbòlica que és capaç d'amagar la seva naturalesa coercitiva i ser viscuda pels individus, subjectivament, com el resultat d'una elecció desitjada.

El mecanisme principal de creació i manteniment de les identitats és l'exercici de la violència simbòlica, la que aconsegueix invisibilitzar-se en l'adhesió voluntària a imposicions externes. En el cas de les identitats nacionals, aquesta violència l'exerceix l'Estat a través dels seus aparells ideològics i dels que té al seu servei, que defineixen estratègies d'adhesió emocional efectiva.

Unes consideracions finals

Totes les observacions que he fet a propòsit de la noció d'identitat es poden aplicar a allò que se'n pot dir economia de la identitat. Els mercats, els productes que hi circulen, estableixen relacions de

competència que es tradueixen en suposades identitats substantives que pretenen naturalitzar-se, aparèixer com a indiscutibles. La marca és l'expressió d'aquesta pretensió essencialista de dotar d'una especificitat estable i permanent un producte, o tot un país, si és el cas. Però una cosa és la seva expressió retòrica, generalment reduïda a un eslògan comercial, i una altra és el sistema de relacions competitives, les lluites de poder comercial, dins de les quals aquesta marca realment triomfa o desapareix.

El desafiament d'una economia de la identitat no és gaire diferent, doncs, de com es plantegen la resta de lluites i debats identitaris. La necessitat de diferenciació neix de l'imperatiu del reconeixement, imprescindible per a ser acceptat en el camp de joc social. I, com s'ha dit, un món global no tan sols no dilueix les dimensions locals, sinó que les implosiona i les converteix en instruments

especialment útils de diferenciació. Les marques més globalitzades en cap cas no renuncien a identifications locals d'origen, encara que moltes vegades ja siguin objectivament falses. És a dir, les identitats, en el mercat, també són «pells» al servei del reconeixement del producte i del combat pel seu posicionament en relació amb la competència.

Els mercats estableixen relacions de competència que es tradueixen en suposades identitats substantives que pretenen naturalitzar-se, aparèixer com a indiscutibles. La marca és l'expressió d'aquesta pretensió essencialista de dotar d'una especificitat estable i permanent un producte o tot un país.

SALVADOR CARDÚS

Doctor en Ciències Econòmiques per la UAB.

Degà de la Facultat de Ciències Polítiques i de Sociologia de la UAB.

Col·labora regularment en diversos mitjans com l'*AVUI* i *La Vanguardia*.

És membre numerari de l'Institut d'Estudis Catalans.

<http://www.salvadorcardus.cat/>

