

## LA IDENTIDAD

### Simpatía:

(gr. *sympátheia*, comunidad de sentimientos). F. Conformidad o analogía de sentimientos. Inclinación instintiva que atrae una persona hacia otra. Modo de ser y carácter de una persona que la hacen atractiva y agradable a las demás.

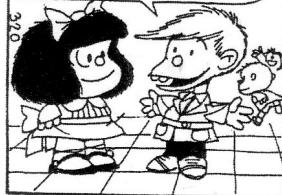
Diccionario General de la lengua española.  
Ed. Bibliograf.  
Barcelona, 1997.

### Empatía:

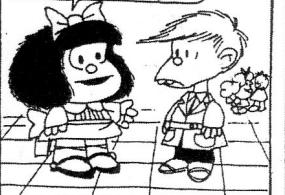
Participación afectiva y por lo común emotiva de un sujeto en la realidad ajena.

### Mafalda por Quino

/ESTOY TAN CONTENTO CON MI MAESTRA!... ES UNA MUJER BONDADOSAS, SIMPÁTICA,... /QUÉ SE YO!.../ES EXTRAORDINARIA!/



ES UNA SUERTE QUE TE HAYA TOCADO UNA MAESTRA ASÍ, PORQUE A LA MAESTRA UNO TIENE QUE VERLA TODOS LOS DÍAS...



...Y TODAS LAS SEMANAS...Y TODOS LOS MESES DE TODO UN LARGO AÑO!



/QUÉ VIEJA ÍNSOPIRABLE!/



### Antipatía:

Repugnancia instintiva hacia alguien o algo. Fig. Oposición recíproca entre seres inanimados.

Como podemos ver, toda nuestra conducta está enriquecida por el aporte que la presencia del otro produce sobre nuestra propia vida, pues aun sin proponérnoslo establecemos vínculos entre nosotros. La ausencia de esos vínculos es la *indiferencia* es decir, que la presencia del otro no ha llegado a tener significación para nosotros.

En este proceso, el hombre establece vínculos y sistemas de vínculos que modifican la situación del medio y también transforman al sujeto mismo. Pensemos en la moda: ciertas figuras comienzan a exhibir ciertos colores, ciertos diseñadores proponen algunas líneas y en poco

## Identidad e imagen cultural

tiempo, miles de personas comenzarán a usar los pantalones anchos, largos o cortos, según "dicte" la moda. En estas elecciones lo fundamental no es la calidad de la ropa o su comodidad, el primer objetivo es identificarse, parecerse a ese cuerpo que socialmente es reconocido como modélico.

Desde la relación más simple entre dos personas, hasta las relaciones más complejas en un grupo, institución y aun en un país, están determinadas por una gran cantidad de vínculos que relacionan a los individuos: vínculos de familia, de grupo, de comunidades étnicas o religiosas, vínculos históricos, basados en la comunidad de necesidades, aspiraciones, etcétera.

El vínculo interhumano posibilita la comunicación afectiva entre los hombres, ya sea entre dos o más individuos o de grandes grupos.

En lugar de aislar al individuo -afirma un investigador- la ciencia moderna se centra en las interrelaciones del organismo con el entorno, la conciencia se presenta como abierta al mundo... La base de las relaciones interpersonales y sociales es la comunicación.

Los vínculos que se establecen constituyen la identidad del grupo y permiten conservar, profundizar la identidad del hombre consigo mismo ya que le confirmarán o modificarán sus intereses y motivaciones. De esta manera, la interrelación entre el ser humano y sus semejantes se traduce en vínculos de comunicación afectiva.

**Los medios de comunicación son una de las fuentes que nos proveen imágenes que contribuyen a conformar nuestra identidad.**

Les proponemos leer este fragmento de un artículo donde se aborda un tema muy importante para muchos jóvenes.

(Debatiendo)

### LA CULTURA DE LA DELGADEZ

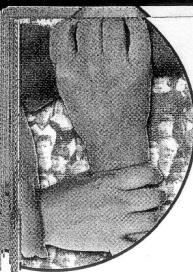
[...] "Siempre ha habido criterios estéticos sobre los cuales las sociedades han establecido sus propios cánones, y la belleza ha sido valorada como un bien o un don que, de algún modo, ha sido utilizado en intercambios más o menos directos por amor, conocimiento, poder o dinero.

Actualmente, hay por lo menos dos aspectos interesantes a señalar: 1) la belleza ocupa un lugar cada vez más preponderante y se sitúa en un lugar privilegiado para esos "intercambios"; dentro de la misma, la forma del cuerpo ocupa un lugar cada vez más destacado.

### Nota:

Debemos decir que los estados emocionales que describen las palabras definidas son muy importantes en todo proceso comunicacional. La empatía supone la posibilidad de ponerse en el lugar del otro, de sentir como él siente. Si logramos esto, podemos comprenderlo. Esta es la base más deseable para construir una buena comunicación.





LA FORMA MAS NATURAL  
DE TOMAR LA VIDA.



**TOP**  
Línea de Complementos Nutricionales

SANTILLÁN, María Laura:  
La cultura de la delgadez.  
Revista Ciudad Nueva.  
Setiembre 2000. Ed. Ciudad Nueva.

Dentro de este marco, hay que destacar la consolidación, desde los años '70, de lo que ha sido llamado, cultura de la delgadez. [...]

Varias investigaciones ponen de manifiesto que las jóvenes tienden a asociar el sobrepeso con desaliño, abandono, enfermedad; en cambio la delgadez, con modernidad, dinamismo, éxito social, atractivo, sensualidad, belleza y seguridad personal. [...]

En la instauración social de la cultura de la delgadez han participado múltiples variables y, como todo fenómeno social, es complejo y no admite explicaciones simples o reduccionistas. Sin embargo, uno de los determinantes más decisivos, en los últimos años, de la regresión de los talles ideales, es también la propensión de los diseñadores de modas a utilizar modelos cada vez más descarnadas.

Sin ánimo de restringir su libertad y creatividad, sería conveniente que tomaran conciencia de las consecuencias de la asunción y reproducción social de los valores y cánones estéticos que "enhuesan" a las modelos.

La televisión y las revistas transmiten tanto implícita como explícitamente estos preceptos estéticos: de cada cuatro mensajes publicitarios -por ejemplo- uno invita directa o indirectamente a perder peso o asocia belleza, éxito, felicidad con delgadez. [...]

No es sorprendente entonces que sean asumidos de manera más o menos acrítica por parte de muchos adolescentes (¡Y niños!), y más aún en una época como la nuestra, particularmente marcada por la falta de ideales que hagan de marco de referencia.

La anorexia y la bulimia -además de enfermedades que entrañan riesgo, deterioro y sufrimiento para quienes las padecen- son verdaderos síntomas sociales que denuncian que los valores estéticos transmitidos y asumidos son potencialmente patógenos, tal como 5 de cada 100 adolescentes pudieron comprobarlo en carne propia.

## Aplicación práctica



Razonamos y respondemos las siguientes cuestiones:

- 1| ¿Por qué la autora sostiene que el bombardeo de información que promueve la cultura de la delgadez perjudica mayormente a los adolescentes?
- 2| Busquen en los medios masivos, ejemplos de los valores culturales que propone la cultura de la delgadez.
- 3| Preparen un afiche por grupo cuyo tema sea promover una mejor calidad de vida para todos, intentando superar la propuesta de la cultura de la delgadez.
- 4| Les proponemos que realicen una investigación sobre cómo fueron cambiando los modelos de belleza en los últimos 50 años.

# Identidad e imagen cultural

## La identificación:

### base en la construcción de las identidades

#### Aplicación práctica



##### Video Nº 5: *Yiddishe Mama*

En este video se presentan algunas escenas donde puede comprobarse cuán importante es la relación madre-hijo en la cultura judía.

Organizados en grupos, debatan:

- 1| ¿Qué rol ocupa la madre en la cultura Yiddishe?
- 2| ¿Cuáles son las motivaciones que orientan a la madre a comportarse en la forma en que lo hace?
- 3| ¿Se da del mismo modo en otras culturas? ¿Cómo se dio este proceso en la historia de cada uno de ustedes?
- 4| ¿Conocen cómo es en otras culturas?

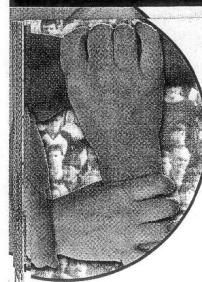
La identificación puede adoptar tres aspectos diferentes en el vínculo interhumano:

a) **Aspecto gestual:** este aspecto de la identificación afecta a los movimientos, gestos y posturas que el sujeto adopta de otras personas. Por ejemplo: el hijo asume gestos de los padres, el adolescente incorpora a sí mismo posturas de su grupo de amigos. Pero no realizan una copia de ellos o una mera imitación, sino que al copiarlos los corrigen y modifican.

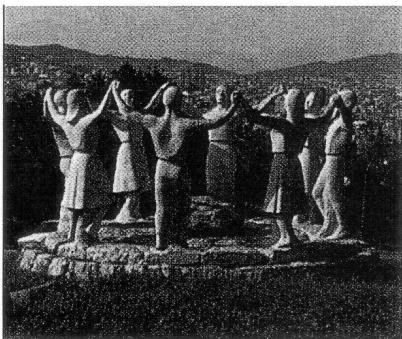
b) **Aspecto afectivo propiamente dicho:** es la identificación emocional o sentimental, según los distintos grados de profundidad que alcance. Cuando dos personas se conocen, en estado normal, la identificación es, en sus comienzos, ambivalente: puede orientarse hacia la aceptación o el rechazo.

c) **Aspecto sociocultural:** se refiere a las identificaciones que se dan en los grupos humanos. Las normas compartidas, las metas comunes de los miembros de un grupo, aseguran la cohesión interna de ese grupo respecto de otros. Los grupos familiares, escolares, laborales, comparten formas de conducta nacidas de sus costumbres, creencias y tradiciones del medio cultural en que están insertos. Este espacio abarca la religión, el arte, el idioma, la idea de nación.





## La identidad cultural



Monumento al baile de la Sardana (Barcelona).

La identificación sociocultural es la base para la constitución de las identidades culturales. En la medida en que nos identificamos con ciertos usos o costumbres, descubrimos quiénes somos.

La identidad es el resultado del proceso mediante el cual un pueblo internaliza su propia experiencia cultural.

Este concepto se relaciona con todos los elementos que pueden aunar a un pueblo, a una comunidad de vida: el idioma, el arte, la religión, la tierra. La identidad resume la vida de un pueblo. Ésta se construye en un proceso que, por un lado, realiza una afirmación: por ejemplo, soy argentina; por el otro, realiza una negación: no soy japonés, turco o australiano.

A continuación, les proponemos un ejemplo de la manera en que se concreta y se expresa la identidad de los grupos humanos.

### Aplicación práctica



La sardana es un baile típico de la región de Cataluña.

De alguna manera representa un aspecto muy vistoso de la identidad cultural de los catalanes, la idea de que trabajando juntos es posible conseguir aún las cosas más difíciles.

Es tan importante que hasta se le ha erigido un monumento.

Las fotos que acompañan a este texto fueron tomadas en junio de 2000 en la plaza de la Catedral de Barcelona. Las bandas o grupos piden autorización al Ayuntamiento y, en general, los sábados por la tarde, se reúnen allí a tocar. Poco a poco se van acercando los que tienen ganas de bailar, jóvenes y adultos, personas que se conocen, y otras que no. Es una verdadera fiesta.

1| ¿Conocen algún tipo de gesto o expresión similar a la que hemos descripto, en nuestro medio cultural?

2| ¿Qué valores o motivaciones encuentran en nuestros bailes típicos o en nuestra literatura?



El logro de la identidad de un grupo, y mucho más de un pueblo o una nación, no es un camino rectilíneo. Todo conjunto social, por más pequeño que sea, posee diversidad de rasgos entre quienes lo integran. Cuanto más extendida se halla esta identidad en el espacio y en el tiempo, cuanto mayor recorrido histórico posea, más rica será la diversidad de elementos en su interior. ¿Cómo lograr entonces un relato unitario? ¿Cómo poder decir qué rasgos y valores nos caracterizan como nación, como pueblo o comunidad de vida?

Un relato unitario puede hacerse por negación o silenciamiento de las reales diferencias existentes, o por un proceso de selección de los rasgos más generalizados. Un ejemplo del primer caso es el olvido del aporte a nuestra vida nacional de los indígenas, negros y mestizos que han construido parte de nuestra historia. Del segundo, en cambio, la participación de los inmigrantes en la población de nuestro territorio. En la se-

## Identidad e imagen cultural

gunda opción, los matices de las diversas particularidades se consideran como un aporte enriquecedor de lo comunitario.

Todo relato de identificación cultural, consciente o inconscientemente, supone la construcción de ciertos rasgos o hechos que privilegian, sostienen o relativizan otros. Estos relatos son mantenidos por la comunidad o por ciertos grupos, mediante obras literarias, canciones y pro-hombres que los simbolizan.

García Canclini afirma: *"En rigor, todo patrimonio y toda narración histórica o literaria es la metáfora de una alianza social: lo que cada grupo hegemónico establece como patrimonio nacional y relato legítimo de cada época es resultado de operaciones de selección, combinación y puesta en escena que cambian según los objetivos de las fuerzas que disputan la hegemonía y la renovación de sus pactos"*.

(Debatiendo)

### IDENTIDAD CULTURAL

Pero también aparece el tema de la identidad cultural. Esto que parece una abstracción absoluta, una especie de humareda intelectual o académica, es una realidad muy tangible. Yo la he vivido tratando de instalar la edición regional de *Página 12* en Córdoba. ¿Qué es la identidad cultural? Es una serie de hábitos profundos, incorporados por la sociedad como valores estables y casi siempre con la convicción de su inmutabilidad. Son valores de distinto grado, por cierto, pero que influyen en la posibilidad de incorporar productos nuevos en el interés público, ya sean comerciales o "alternativos".

A veces, una sociedad determinada rechaza un producto cultural pero no porque rechace su contenido o propuesta, sino porque quiebra ciertos hábitos o costumbres de esa misma comunidad. Esto no quiere decir que nada se pueda modificar, sino que para modificar esos hábitos se requiere tiempo y reeducación en la audiencia.

Suelen presentarse hasta problemas de lenguaje. Recuerdo que mientras preparábamos la edición regional llegó un punto en el que los redactores me decían: "¿Usted nos quiere convertir en redactores de *Página 12* o en porteños?" Porque yo les cambiaba la sintaxis, su manera de expresarse. Y luego la contradicción con los propios porteños. Yo hacía una edición donde parte del material se elaboraba en Buenos Aires y allá simplemente se reproducía. Y los porteños decían, por ejemplo: "insopportable tránsito en el centro". El diario salía en Córdoba y el día anterior el tránsito había estado perfecto.

Para los porteños hay un solo centro: el de la Capital Federal. Entonces, el tránsito es insopportable en el centro de la Capital Federal y se da por descontado que donde uno viva, el centro es el de la Capital Federal. Pero en los textos también aparecía esta diferencia. La manera de referirse a lo que es cotidiano en Buenos Aires y que



Pasquini Durán, es un conocido periodista argentino. Ha realizado trabajos muy importante, y es uno de los fundadores del diario *Página 12*. En este texto nos relata algunos hechos que nos permiten introducirnos en las consecuencias concretas de los argumentos que estamos trabajando en este aspecto de la constitución de la identidad a partir de los vínculos interculturales.

Desd  
los d  
conf  
Así l  
ciud

"El  
ma  
jes  
ide  
rea

De  
na  
un  
tui  
se  
bi  
co



## Aplicación práctica



- 1| ¿Qué identidades entran en conflicto en la experiencia que nos relata Pasquini Durán?
- 2| ¿Qué elementos concretos se mencionan de la identidad porteña y de la cordobesa?
- 3| ¿Qué propuesta harían para poder resolver este conflicto?
- 4| ¿Podrían mencionar las características que forman parte de la identidad cultural de ustedes?
- 5| Entrevisten a un extranjero y pregúntenle por sus costumbres. Traten de reconstruir qué valores constituyen su identidad cultural.

## Espacio y tiempo: nuestro contexto

Hemos visto la importancia de las identificaciones afectivas para reconocer nuestros vínculos o afinidades; ahora descubrimos que no sólo nos sentimos cómodos con ciertas personas y no con otras, sino que a muchas las sentimos "como nosotros", es decir, con una identidad compartida que nos lleva a considerar a los demás como "los otros".

¿Qué es lo que nos vincula y asemeja? Tal vez no sea el gusto por una determinada música o lugar de recreación, pero sí modos de ver la vida, la religión, la historia que nos aproximan en un ser común que contiene dos elementos fundamentales: el lugar de nuestros orígenes y un tiempo común de donde parecen provenir las causas de nuestra vida social. Este relato común provoca una conciencia de pertenencia recíproca que nos hace sentir comunidad, nación, pueblo, más allá de las diferencias evidentes de las circunstancias del presente. Nos conmovemos ante el himno, sentimos orgullo cuando se relata una gesta histórica de nuestros próceres, cuando vemos un mapa de nuestro país, experimentamos un cierto vínculo con ese diseño, más allá de que sea una abstracción.

En este proceso de identificación se afirman como propios, valores y modos de ver la realidad que son el sustrato ideológico de una cultura; sus epopeyas, sus héroes y prototipos, fundan un determinado estilo de vida que luego se expresa en las instituciones y ritmos sociales.

Esta identidad compartida permite ir reconociendo como propios muchos aspectos de la vida social (los argentinos somos así..., aunque no seamos así todos nosotros), y también ir componiendo los diversos espacios regionales en un único marco de identidad.

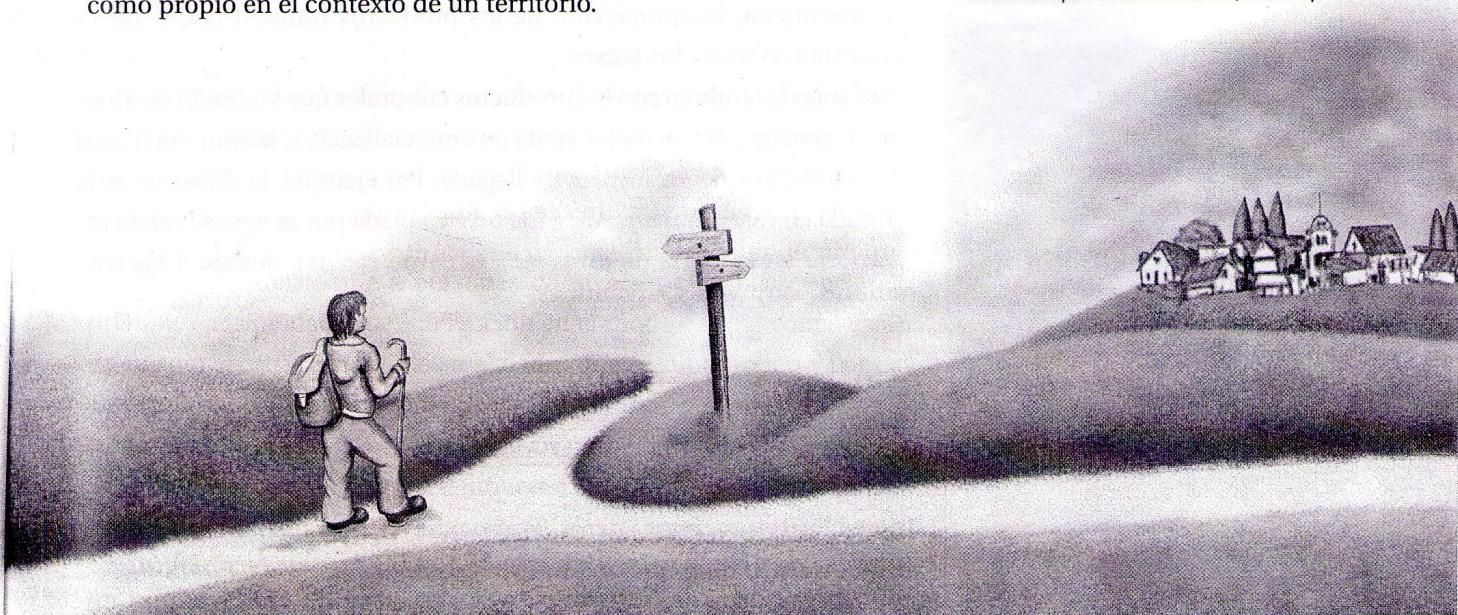
## Identidad e imagen cultural

Desde la pequeña escala del lugar donde vivimos hasta las referencias a los diversos puntos distantes de nuestro territorio, todos ellos permiten confirmar la idea de "nuestro espacio" a diferencia de "cualquier otro". Así lo refiere este texto que nos explica cómo reconoce un mexicano "su ciudad":

*"El sentido de vivir juntos en la capital se estructuraba en torno de marcas históricas compartidas y en un espacio abarcable -en los viajes cotidianos- por todos los que habitaban la ciudad. El patrimonio identificador de la ciudad podía ser expuesto como la representación realista de un territorio y una historia".<sup>1</sup>*

De esta manera se han ido formando a lo largo de los siglos los espacios nacionales, las culturas de países y pueblos. Como pueden ver, más que un dato geográfico o social, es un fenómeno preponderantemente cultural, porque los límites de un determinado grupo o pueblo no siempre se imponen por notables diferencias de paisaje y costumbres, sino más bien por un esfuerzo de homogeneización que lleva a elegir un relato como propio en el contexto de un territorio.

<sup>1</sup> Mencionado por: GARCÍA CANCLINI, Néstor. Op.cit.

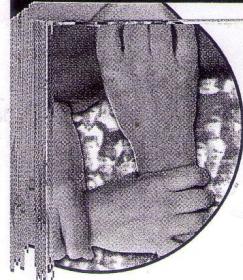


### Aplicación práctica

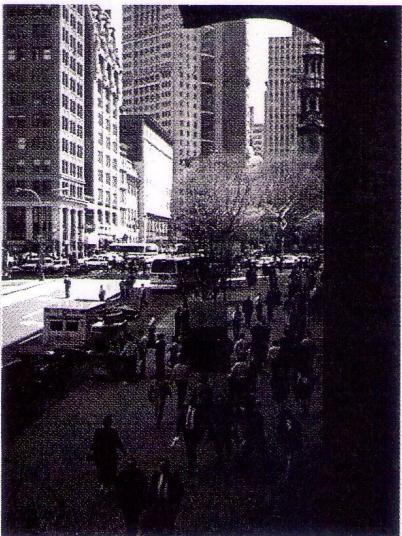


Imaginemos un viajero que llega a un país y desconoce en qué lugar del planeta se encuentra y cuál es el pueblo que lo está recibiendo...

- 1| ¿Cuáles serán sus sentimientos?
- 2| ¿Qué preguntas haría para poder comprender quién es él con relación a los otros?
- 3| Supongamos que en ese país están en guerra y los habitantes le piden que tome partido por sus ideales y que los ayude en la lucha. ¿Cómo podrá comprender nuestro viajero quiénes son y cómo son los que tiene a su lado y, en consecuencia, lo acertado o desacertado de su elección?



## ¿La identidad híbrida?



Si bien nuestra propuesta para las relaciones interculturales es "unidad en la diversidad", la mundialización de las relaciones económicas, políticas y sociales, el crecimiento de las migraciones mundiales, la interconexión entre universos culturales lejanos, la expansión comercial de las culturas hegemónicas están produciendo experiencias de fusiones culturales que se están plasmando en nuevos productos culturales.

Este proceso se denomina **transculturación**. Se trasladan a través del espacio y el tiempo formas culturales de un lugar a otro. En el lugar en el que se establecen producen nuevas formas culturales. Uno de los motivos que genera este proceso son las migraciones, pero a través de la expansión de las nuevas tecnologías de información y comunicación (por ejemplo a través de las películas, de las series televisivas, de Internet) estos intercambios se han incrementado notablemente.

La transculturación genera productos híbridos. Utilizamos el adjetivo **híbrido** para subrayar que el producto resultante de la fusión cultural es un tercer elemento. Si bien hay procesos de imposición y de lucha por la hegemonía, la apropiación de los productos transculturales no es uniforme en todos los países.

Esto sucede también con los productos culturales que vieniendo de afuera, en general para su mejor venta o comercialización, adquieren rasgos característicos de los lugares de llegada. Por ejemplo, la difusión de la comida china en Buenos Aires fue acompañada por la necesidad de incorporar en la oferta de estos locales carne vacuna, debido a las costumbres "carnívoras" argentinas.



### (Debatiendo)

**James Lull menciona varios fenómenos de transformaciones culturales fruto de la velocidad con la que las nuevas tecnologías de comunicación y de información hacen circular producciones de un país a otro.**

*"Muchos neoyorquinos nacidos en la República Dominicana regresan regularmente a su nación caribeña para emitir su voto en las elecciones nacionales y dicen que se consideran tan dominicanos como norteamericanos.*

*La música reggae jamaiquina de Bob Marley, Peter Tosh y Black Uhuru resuena a todo volumen en las boutiques de ropa situadas en las medinas (mercados populares) de Fez, en Marruecos.*

*Usa Today, el periódico trasmítido por satélite que se publica en todos los continentes, ahora opera la Sky Radio, cuyo único mercado es la gente que está sobrevolando en avión los Estados Unidos.*

Lull, James: *Medios, comunicación, cultura*. Amorrortu editores. Buenos Aires, agosto 1997.

Más  
país  
men  
Hay  
dos  
mer  
La e  
die  
de l  
mo.  
Los  
tra  
dio  
El  
lla  
pi  
qu  
lai

U  
El  
de  
di  
te  
n  
u  
t  
c  
e  
c  
1