

El carácter nacional

TEXTO: ENRIQUE BERRUGA FILLOY

Para el ojo poco entrenado de los occidentales “todos los chinos son iguales” salvo, quizá, Shenli Ye Gon. Aunque haya mil trescientos millones de ellos, por alguna extraña razón se insiste en que no hay manera de distinguir a unos de otros. Es más, suele asegurarse que no sólo los chinos son iguales, sino también los coreanos, los vietnamitas y los japoneses. Curiosamente, los chinos dicen más o menos lo mismo respecto de nosotros. A su manera de ver, “los occidentales somos todos iguales”, pero con un agravante: todos los días nos vestimos de una forma distinta, nuestros nombres se les hacen larguísimos y, para complicar las cosas, las señoras un día traen el pelo de un color, al día siguiente de otro y encima se maquillan, se depilan las cejas y hasta se operan el busto. No hay manera de que puedan diferenciarnos. De hecho, con los chinos tenemos que presentarnos cuatro veces, como si fuera la primera vez y recordarles que somos ese que cenó hace una semana con ellos y que les contó que tiene un criadero de perros, para que puedan reconocernos.

Uno de los deportes más practicados y odiosos del mundo es la caracterización superficial de las nacionalidades. ¿Quién no ha oído cosas como estas?: los franceses son sangrones y no tienen amigos; los italianos son tranzas y mafiosos; los argentinos son presumidos y todos, sin excepción, se peinan con vaselina; los alemanes nunca sonríen porque todo el día la pasan estudiando matemáticas; los cubanos ni siquiera dormidos dejan de bailar (y los que están en el exilio jamás dejan de hablar de política y de decir la palabra *coño*); los suizos nunca han hecho el amor, pero se la pasan produciendo relojes para contar las horas que les faltan para hacerlo; no todos los musulmanes son terroristas, pero todos los terroristas son musulmanes; a los judíos y a los libaneses no les interesa más que el dinero; los españoles son testarudos y tienen que rasurarse tres veces al día, mientras que los gringos son desenfadados, incultos y predominantemente ingenuos (aunque al mismo tiempo, cuentan con una minoría, aparentemente muy reducida que entre grandes carcajadas pasa los días y las noches en cuartos llenos de humo, planeando cómo dominar el mundo).

Con estas simples recetas, el mundo se hace más fácil de entender. Según esto. Lo cierto es que buena parte de estas formulaciones y los chistes que les acompañan esconden invariablemente formas de racismo y de aliento a la xenofobia y la descalificación internacional.

Los mexicanos en Estados Unidos la han tenido difícil en el terreno de las imágenes. Les llaman *greasers*, *wet backs*, *chicanos*, *brownies* (se supone que de cariño, como le dice a sus hijos el gobernador de Florida, Jeb Bush, casado con mexicana). Curiosamente todavía se mantiene el estereotipo del sombrero tomando la siesta debajo de un nopal, cuando la mayoría reconoce que sin la mano de obra mexicana el agro estadounidense simplemente no funcionaría. Más allá de imágenes folclóricas, el aspecto más repudiable es cuando se les usa como carne de cañón para explicar sus problemas nacionales: si baja el empleo es porque los mexicanos se los están quitando, si los salarios no alcanzan es porque los mexicanos trabajan a cualquier precio, o si hay criminalidad es porque la colonia mexicana ha crecido. Para el gringo medio que no tenga las vacunas intelectuales necesarias, estas imágenes simplificadas le aclaran el mundo.

Cambiar de opinión es psicológicamente incómodo. Si, como se decía hace pocos años, los comunistas gustan de comer bebés, va a ser extremadamente difícil que ganen alguna vez nuestra simpatía. Toma años cambiar la percepción que tenemos de una nacionalidad. Según los japoneses, si un país hace todo a la perfección durante siete años, la visión que el mundo tiene de ese país empieza a transformarse. La actitud de los gobiernos pesa. Pero los medios de comunicación son clave para detener estas campañas de odio. Por eso, los Lou Dobbs de este mundo deberían ser inaceptables, en primer lugar, para las cadenas de televisión que les dan espacio. Ganar *rating* no es razón suficiente como para dejar pasar al aire tanto veneno. •

ENRIQUE BERRUGA FILLOY

Ciudad de México, 1959. Escritor y periodista. Ex embajador de México en la ONU. Su libro más reciente es *Propiedad ajena*.