

ARJONA, ¿PATRIOTA?

Cantar en un anuncio no vuelve patriota a nadie, pero el estribillo es correcto conceptualmente.

Karen Cancinos*

Ha levantado olas la participación del cantante Arjona en un anuncio de una marca de bebidas. Que si se ha “vendido” a una multinacional poderosa, que si no vive aquí y que por eso no es el más indicado para pregonar las maravillas de Guatemala, que si muestra una actitud farsante por cantar “mi país, más que mi patria, mi raíz” cuando en cuanto pudo se largó de aquí a labrarse una carrera, que si habla con acento medio argentino, etcétera, de todo se ha dicho. Hasta fantoche le llamó una columnista, cosa que me pareció tremenda mezquindad y una grosería innecesaria. Como a ella, no me gusta la música de Arjona. Además, encuentro horrorosamente esnob el porte actual del cantante, ampuloso y con pretensiones de progre bohemio. Sin embargo, de ahí a insultarlo hay un gran trecho. No se trata de andar por la vida escupiendo epítetos a la gente que no nos agrada o que toma decisiones que no compartimos.

Ahora bien, si hago alusión a esta pieza publicitaria no es por ser tal, ni por el cantante que la protagoniza, ni por el puñado de columnas periodísticas que ha originado. La menciono porque es parte de una campaña cuya orientación, se supone, es patriótica. Y el tema que quiero abordar en estas líneas es el patriotismo. No los usos publicitarios de una empresa de bebidas, ni los méritos, miserias o decisiones profesionales de un cantante guatemalteco, ni la vituperación biliosa o la crítica constructiva de columnas aquí o allá. Insisto: es el patriotismo el tópico que me ocupa esta vez, puesto que me parece que en estos días se le ve con suspicacia, e incluso con cierto desprecio.

Sí, desdén. Como si “patriotismo” fuese un rollo de viejos o de militares y, por lo tanto, pasado de moda o, en el peor de los casos, un eufemismo para afanes belicistas o una excusa para engarzarse en conflictos. Quizá porque se le ha confundido con el nacionalismo es que tiene tan mala prensa. Pero si es así, ya va siendo hora de que los guatemaltecos nos hagamos un favor a nosotros mismos: distingamos patriotismo, que es amor por nuestro país y lo que lo conforma –desde bellezas naturales hasta idiomas y costumbres– de nacionalismo, que es una actitud aldeana y cerril, que ve con desconfianza todo lo que es diferente y con animadversión a quienes no forman parte del propio círculo.

El patriotismo se refiere a un territorio; el nacionalismo, en cambio, abraza el mito del pueblo, de la raza, de la etnia. Así las cosas, no hace mal Arjona en cantar “mi país, más que mi patria, mi raíz” aun si reside en México o donde sea. No estoy diciendo que su participación en el anuncio referido lo convierte en un patriota, pues no estoy en situación ni en disposición de analizar sus nostalgias y querencias. ¿Acaso sé yo si extraña esta tierra o cuánto la ama? Lo que digo es que el estribillo es correcto conceptualmente, pues la raíz del patriotismo es un territorio, Guatemala en este caso.

En mi opinión, el patriotismo debe ser restituido en el podio social del que ha sido desplazado en el último medio siglo por nacionalismos indigenistas, internacionalismos izquierdistas y multiculturalismos políticamente correctos. Si a ello contribuye un anuncio cursilón, es harina de otro costal.

*Periodista de Siglo Veintiuno, profesora de filosofía social en la Universidad Francisco Marroquín.