

EUSKADI™

una fruta tan apetitosa como prohibida

EUSKADI™ es un interesante proyecto de observación, reflexión y replanteamiento de lo que significa la identidad nacional vasca. Saioa Olmo, promotora y agitadora de esta idea, rastrea la arquitectura de “lo vasco” mediante una inquietante serie de preguntas abiertas al público. En el foro de opinión www.euskadi-tm.net diferentes voces responden a los interrogantes, y formulan otros nuevos, a su vez. Entre los participantes podemos encontrar figuras conocidas de la escena artística, expertos del mundo académico y profesionales de la comunicación de prestigio estatal.

La propuesta resulta estimulante, ya que cada individuo puede interpretar el tema desde su propia subjetividad. Saioa, por su parte, pone en cuarentena toda la legión de souvenirs folklóricos y trata de encontrar la pista de nuevas iniciativas culturales en relación a la identidad vasca. En general, EUSKADI™ representa un anhelo de modernidad, de evolución cultural.

“¿Es también EUSKADI el nombre de una marca comercial?” La pregunta inicial muestra ya la intencionalidad transgresora y provocadora del proyecto. Esta asociación entre patria y patrimonio hace desvanecer en el acto cualquier espejismo idealizado respecto al país. Sin embargo, todos los estados-nación realizan en su fundación unas operaciones muy similares a las de cualquier nueva marca comercial. Unos y otros apelan a los sentimientos de sus ciudadanos o clientes. Crean, aprovechan o fomentan los valores emocionales para cautivar los corazones y encender las pasiones. Así, una persona será tan capaz de alistarse y morir por su Madre Patria como de pelearse en los pasillos del supermercado por un tambor de detergente.

El aspecto cultural, entre tanto, suele verse seriamente vapuleado. Tanto los estados como las marcas harán uso de la cultura popular según les convenga en sus intereses económicos. Pero, ¿cómo se maneja el aspecto identitario en nuestro pequeño país? He ahí la cuestión.

El proyecto tiene, por tanto, una base sólida sobre la que asentarse. La relación marca-país no es una ocurrencia absurda. Lo llamativo, en un tema que levanta pasiones tan encontradas y acaloradas como éste, es el agnosticismo un tanto juguetón desde el que parte EUSKADI™. Con la ingenuidad casi temeraria de quien irrumpe, linterna en mano, en terreno tabú, Saioa remueve los fondos en los que se asienta el controvertido concepto de Euskadi. Quizá se deja llevar demasiado por la intuición, sin un mapa de objetivos predeterminado que le evite desorientarse. Esperemos, finalmente, que el calado de sus resultados sea proporcional al arrojo con el que ha emprendido semejante iniciativa. **Koldo Atxaga**