

MULTICULTURALISMO CANADIENSE Y ARTE COLOMBIANO EN MONTREAL: DESARMANDO ESTEREOTIPOS NACIONALES CON FRITTA CARO

CANADIAN MULTICULTURALISM AND COLOMBIAN ART IN MONTREAL: DISARMING NATIONAL STEREOTYPES WITH FRITTA CARO

ALEXANDRE BEAUDOIN DUQUETTE

La propaganda de las instituciones migratorias canadienses se basa en la política del multiculturalismo para proyectar el estereotipo de Canadá como un país en el que diversas culturas coexisten sin conflicto, así como el de un actor internacional magnánimo. De este modo se busca atraer mano de obra calificada para fomentar la competitividad del país en un mercado globalizado sin comprometer la seguridad nacional. En el presente trabajo, se contrasta esta imagen estereotipada con el discurso que emerge de los testimonios de Helena Martín Franco, una artista visual colombiana establecida en la ciudad de Montreal, y su personaje Fritta Caro. Se parte de la hipótesis según la cual sus obras y testimonios ofrecen elementos de información incompatibles con los de la propaganda migratoria canadiense, por lo cual constituyen un acervo de disonancias que tiene un potencial para contribuir a desarmar los estereotipos que ésta difunde. *Palabras clave: multiculturalismo canadiense, arte latinoamericano, diásporas latinoamericanas, arte colombiano, performance.*

Abstract: Canadian multiculturalism inspires Canadian immigration institutions in the shaping of their propaganda campaigns to attract a qualified labour force in order to foster Canada's competitiveness in a globalized market without compromising the country's national security. These campaigns typecast the nation as a place where diverse cultures coexist without conflict, and in which Canada is a magnanimous global actor. In this article, the author contrasts this stereotyped image with the testimonies of Helena Martín Franco, a Colombian visual artist who lives in Montreal, and a character that she created called Fritta Caro. This contrast offers various dissonances that have the potential to contribute dismantling the stereotypes of the Canadian immigration institutions' propaganda. Keywords: Canadian multiculturalism, Latin American art, diasporas, Colombian art, performance.

- * UNAM. Programa de Becas Posdoctorales en la UNAM, Becario del Instituto de Investigaciones Antropológicas asesorado por la Dra. Cristina Oehmichen Bazán, 2016-2018 y *Université du Québec à Montréal*, posdoctorante en el *Laboratoire interdisciplinaire d'études latino-américaines*, Departamento de Sociología, asesorado por el Dr. Víctor Armony, 2018-2019.



Introducción

Multiculturalismo no es sinónimo de “diversidad” o de “pluralidad” cultural. El sufijo “-ismo” sirve para formar “sustantivos que suelen significar «doctrina», «sistema», «escuela» o «movimiento»” o que “significan «actitud», «tendencia» o «cualidad»”.¹ En el inicio de su libro *La ciudadanía multicultural*, publicado en 1995, Will Kymlicka afirmaba que “en la actualidad la mayoría de los países son culturalmente diversos”. El filósofo canadiense lo demostraba con estimaciones que apuntaban a que “los 184 Estados independientes del mundo contienen más de 600 grupos de lenguas vivas y 5.000 grupos étnicos” (1996: 13). Si se entiende “diversidad cultural” como la presencia de varias culturas en un lugar dado, se puede concordar con el filósofo canadiense en que el mundo es entonces culturalmente diverso. En este caso, la manera como el Estado ve, interpreta y administra lo que daríamos por supuesto que constituye un estado de hecho, así como la actitud que decide adoptar ante el mismo, conlleva una postura política y puede incluso plantear un deber ser.

De hecho, como lo advierte Himani Bannerji en *The Dark Side of the Nation*, “la palabra «diversidad» se ha convertido en un lugar común en nuestro mundo político y cultural” (2000: 35). Así, la esencia descriptiva de la palabra “diversidad” evoca un “pluralismo inocente”, de la cual “emerge un indicador de diferencia y multiplicidad desprovisto de valor y con una potencia neutra”, lo cual termina “opacando cualquier comprensión de la diferencia como una construcción de poder” (2000: 35-36). Al asumir el mundo como simplemente “diverso”, olvidamos que en éste existen diferencias que se establecen mediante relaciones y conflictos sociales, políticos, históricos, simbólicos y económicos en los que intervienen variables como la explotación, la discriminación, el racismo, el sexismo, el colonialismo y la opresión, entre otras. Ésta es la decisión que tomó el Estado canadiense en 1971 cuando llamó “multicultural” a una rea-

1 Real Academia de la Lengua Española. (RAE). –ismo. *Diccionario de la Lengua Española*. Disponible en: <http://dle.rae.es/srv/search?m=30&w=-ismo> (Revisado el 22-08-2018).

lidad demográfica en la que coexisten grupos con distintas culturas, lenguas y religiones y que, por lo tanto, la forma de administrarla se llamaría “multiculturalismo”.

De esta manera, se construyó una imagen idealizada, simplificada, ficticia y a-histórica de un país que había erigido su riqueza con base en proyectos imperialistas arrebatando la tierra a las primeras naciones y a los inuit, masacrando a los métis, sometiendo a los colonos franceses quienes previamente habían invadido estas tierras, deportando a los acadios, esclavizando a los afrodescendientes, explotando desvergonzadamente la mano de obra asiática para construir su ferrocarril y, hasta mediados de los sesenta, ejerciendo políticas migratorias y de integración abiertamente racistas. Así, como por acto de magia, Canadá se volvía un lugar en el que todos, salvo las primeras naciones y los inuit, eran inmigrantes o descendientes de inmigrantes, gracias a un discurso que “oblitara la distinción entre colonizadores e inmigrantes”, en el cual “los colonizadores se convierten en inmigrantes y los inmigrantes en colonizadores”² (Sharma, 2011: 86).

Por lo tanto, el multiculturalismo canadiense es un discurso, una política, una ley, una ideología que inspira la forma en que se administran la inmigración, la diversidad cultural e incluso el papel que juega Canadá a nivel internacional. Este discurso, política, ley, ideología o “modelo de gestión y de integración de la diversidad etnocultural” (Bouchard, 2011) se conformó primeramente desde un actor de poder, en este caso, el Estado canadiense. Ello no significa que el término “multiculturalismo” no se esté resublimando y reinterpretando incluso desde lo social otorgándole nuevos significados. Sin embargo, en este artículo, me interesa desarmar el multiculturalismo “desde arriba”, como lo llama Himani Bannerji (2000), es decir, como ideología del Estado canadiense que plantea un modelo de administración de la diversidad cultural. Éste, al pretender celebrar la diversidad, se presentaría como el más incluyente y el único que puede tomar en cuenta las preocupaciones de las minorías, sobre

2 Traducción libre del autor desde el inglés.



todo las que procederían de un proceso de inmigración posterior a las colonizaciones francesas e inglesas.

Así, el Estado canadiense opera lo que Marcuse (1993: 46) llama una desublimación de la voz de las minorías, reapropiándose sus reivindicaciones y ocultando su posición de poder hacia los inmigrantes y las diásporas. De esta manera, termina ocultando su papel coercitivo, legitimando deportaciones de demandantes de asilo o exigencias arbitrarias hacia los inmigrantes y haciendo que éstos carguen con toda la responsabilidad de los problemas que puedan encontrar en sus complejos procesos de adaptación.

Lo anterior también significa que no me acercaré a las redificaciones que han intentado realizar filósofos como Charles Taylor (2009) y Will Kymlicka (1996), ya que sus trabajos se realizaron después de la adopción del multiculturalismo tanto como política como en tanto ley. Si bien éstos constituyen a la vez una defensa de este modelo y una propuesta para renovarlo, no se puede afirmar que inspiran claramente el discurso del “multiculturalismo desde arriba” tal como lo aplica el Estado canadiense, por ejemplo, en sus políticas migratorias.

Multiculturalismo, propaganda y estereotipos

Mi primer encuentro con Canadá ocurrió durante mi curso de geografía cuando era niña. Ahí, en un atlas de geografía física de color verde, rosa y amarillo, me topé con Canadá —un lugar de árboles, lagos, campiñas de trigo, casquetes de hielo y una antigua formación rocosa cortada por glaciares—. No recuerdo haber leído nada de la historia de ese país en mi libro de geografía, pero, de algún modo, había ecos vagos de gente y de naturaleza que se mezclaban borrosamente los unos con los otros —“pieles rojas”, “esquimales”, “iglúes”, “auroras boreales” y “renos”—. ¿De dónde venían estas imágenes si no las había visto en mi libro de geografía? ¿Quizá venían de la literatura y de imágenes visuales diseminadas?

[...]

Ciertamente, “Canadá” era más un espacio mental que uno

histórico. Era una construcción idílica de naturaleza y de aventura.

Varios años después, el Canadá en el que entré era muy diferente al que había construido en mi infancia. Cuando inmigré a Montreal, salí de mi construcción romántica de Canadá y entré en un país que era diferente tanto políticamente como ideológicamente —uno que me impresionó por ser a la vez negativo y agresivo—. (Bannerji, 2000: 63-64)³

El Estado canadiense empezó a hacer uso de las “relaciones públicas” antes de que Edward Bernays definiera y bautizara dos veces este arte, primero con la palabra “propaganda” y, luego, con “relaciones públicas”. Además, es precisamente en el ámbito de las políticas migratorias como, entre 1896 y 1901, que Canadá se convirtió en un pionero de la propaganda moderna.

En efecto, para atraer a colonos europeos al oeste del país, el gobierno de la época llevó a cabo una impresionante campaña de propaganda (Norman, 2012; Knowles, 2000: 7-10; CREBB, 1969: 19, 24-25; Beaudoin Duquette, 2015: 91-92). La lectura del fragmento del testimonio de la socióloga y escritora Himani Bannerji citado más arriba, en el que describe la imagen que tenía de Canadá antes de migrar a ese país, nos permite constatar que ésta contiene elementos similares a los que proyectaba la propaganda migratoria canadiense a inicios del siglo, la cual apostaba a los paisajes, la naturaleza y los grandes espacios para construir un estereotipo del país que fuera atractivo para los colonos europeos. El testimonio de Bannerji nos muestra lo que Bernays entiende por propaganda como...

... un esfuerzo coherente, duradero y de largo aliento para suscitar o desviar acontecimientos con el objetivo de influir sobre las relaciones [de las masas] con una empresa, idea o grupo (1928: 25; 2008a: 33; 2008b: 21; Beaudoin Duquette 2015: 48).⁴

Es decir, la imagen simplificada y ficticia de Canadá que constituye el estereotipo que se construyó en campañas de “relaciones públicas” a finales del siglo XIX y a inicios del XX, se cristalizó y fue

3 Traducción libre del autor desde el inglés.

4 Traducción libre del autor desde el inglés y francés.



perpetuada por otros actores de poder, como lo puede ser la editorial que publicó el atlas que nutrió la imaginación de la intelectual. Así, la propaganda se echa a andar sola y contribuye a alimentar de manera masiva la imagen mental ficticia que se tiene inconscientemente acerca de Canadá, la cual perdura hasta nuestros días, pero que ha evolucionado con el pasar de los años gracias a los esfuerzos coherentes de los actores que benefician del clima que dicha propaganda suscita.

Bernays (1961: 162) afirma que “el consejero en relaciones públicas a veces usa los estereotipos corrientes, a veces los combate y a veces crea unos nuevos”,⁵ por lo cual éstos se encuentran en la médula de la propaganda. Por lo tanto, si muchos siguen teniendo una imagen mental de Canadá en la que se mezclan los grandes espacios, la naturaleza y los paisajes, es precisamente porque no se ha dejado de usar este “estereotipo corriente”, lo cual contribuyó a que se incrustara en nuestros inconscientes. Sin embargo, a finales de los sesenta y a inicios de los setenta, surgió la necesidad de renovar algunos aspectos de la imagen del país, es decir, de “combatir” y de “crear unos nuevos” estereotipos en torno a Canadá. Así es como el Estado canadiense empezó a promover el multiculturalismo, como un reconocimiento de la diversidad cultural canadiense y de la necesidad de valorarla. La vacuidad del entonces nuevo concepto permitió a los actores de poder llenarlo de acuerdo con los gustos del momento.⁶

En esa época, el gobierno de Pierre Elliott Trudeau se enfrentó a una crisis de popularidad que ponía en entredicho su reelección. Por lo tanto, el multiculturalismo surgió como una operación de *damage control* (Bissoondath, 1994). Se constituyó entonces como un conjunto de operaciones de relaciones públicas, mediante las cuales se creó el estereotipo de Canadá como un país en el que diversas culturas cohabitaban sin conflicto y como un actor internacional magnánimo. De paso, la política del multiculturalismo permitía al

5 Traducción libre del autor desde el inglés.

6 Para más detalles sobre cómo operó este proceso y una contextualización histórica y crítica del multiculturalismo, véase Beaudoin Duquette, 2017.

gobierno de Pierre Elliott Trudeau renovar el discurso del Estado canadiense que había quedado anacrónico en ciertos ámbitos como el de la inmigración. Éste se acababa de deshacer de sus elementos abiertamente racistas en respuesta a un nuevo contexto en el que...

... las actividades de movimientos antirracistas en Canadá y movimientos nacionalistas de independencia en contra del imperialismo en el Tercer Mundo generaron presiones sobre el Estado canadiense para eliminar afirmaciones explícitas en torno a su preferencia por ciertas razas y nacionalidades en sus criterios de admisión de inmigrantes (Sharma, 2011: 90).⁷

Por lo tanto, para construir la nueva imagen o estereotipo que se promovería de Canadá, se retomaron, por ejemplo, las recomendaciones del volumen IV del *Informe de la Comisión real de investigación sobre el bilingüismo y el biculturalismo* (CREBB, 1969) y del *Libro blanco sobre la inmigración* (Marchand, 1966) que inspiró el Reglamento sobre la inmigración de 1967, por medio del cual se implementaba el sistema de puntos para evaluar la elegibilidad de los inmigrantes (Privy Council, 1967). Estos elementos se aplicaron como pinceladas al retrato que ya se tenía del país, al igual que otros, por ejemplo, la idea de Canadá como un actor internacional pacifista y magnánimo que emergió en los años cincuenta y sesenta.

Sin embargo, este último enfoque de corte humanitario se empezó a relegar a un segundo plano en los años ochenta y el multiculturalismo empezó a convertirse en lo que Liette Gilbert (2007) llama una “legitimación del neoliberalismo”. De por sí, este giro ya se empezaba a vislumbrar incluso antes de la adopción de la política. Por ejemplo, el argumento a favor de una política migratoria que contribuiría a la competitividad económica internacional de Canadá es omnipresente en el *Libro blanco sobre la inmigración* publicado en 1966. Además, en 1973, se creó el *Programa de autorización de empleo para no inmigrantes*, el cual permitía y sigue permitiendo el reclutamiento de una mano de obra, sobre todo en el sector de la agricultura, pro-

7 Para más detalles sobre este proceso, véase Thobani (2007: 143-150) y Triadafilopoulos (2013).



cedente de los países en desarrollo sin que ésta pueda establecerse definitivamente en Canadá. Como lo sostiene Nandita Sharma, este programa “... ha posicionado a los migrantes como una mano de obra en una condición temporal y no libre”. Según la misma autora,

... desde mediados de los setenta, la mayoría de la gente que entra a Canadá para trabajar ingresó como *non-immigrant unfree workers* [trabajadores no inmigrantes y no libres], mientras sólo una minoría viene con el derecho a la residencia permanente (Sharma, 2011: 93-94).

Sharma llama la atención sobre cómo el discurso del multiculturalismo...

... propagó los cambios [que se habían aportado al Reglamento sobre la inmigración en] 1967 en toda la sociedad canadiense, mientras que, de manera simultánea, abría paso a la intensificación, en 1973, de condiciones no libres de trabajo para una creciente población de nuevos migrantes, muchos de los cuales no eran blancos y procedían del Tercer Mundo (*ídem*: 98).

Así, la autora muestra cómo el multiculturalismo se convertía en una herramienta que permitía a las élites blancas del país ocultar su racismo en un contexto internacional en el que éste les perjudicaba políticamente, así como cooptar y desublimar las demandas políticas y sociales de las diásporas.⁸ En este proceso, alcanzaban objetivos estratégicos, encontrando en la “diversidad” que brindaban los inmigrantes al país un capital cultural que les permitía aumentar su competitividad en un mercado cada vez más globalizado, además

8 Para ilustrarlo, es pertinente citar las siguientes palabras de Bannerji: “Sin embargo, al mismo tiempo que el Estado crecía, nosotros también crecíamos, al igual que nuestro número y nuestras protestas, y nos convertimos en una población sustancial de votantes en Canadá. Demandamos reformas genuinas, unos cambios —algunos entre nosotros pidieron incluso el final del capitalismo racista— y, en lugar de ello, obtuvimos “multiculturalismo”. “Comunidades” y sus líderes o representantes fueron creadas por y mediante el Estado y demandaron financiamiento y los “servicios esenciales” prometidos para sus “comunidades”, como la preservación de sus identidades” (2000: 89).

de agrandar su reserva de mano de obra y abaratar los costos de producción.

Este aspecto del discurso multiculturalista canadiense adquirió un protagonismo considerable en los años ochenta. En ese momento, se empezó a concebir abiertamente al multiculturalismo como una ventaja comparativa que fomentaría la competitividad de Canadá en una economía globalizada. En 1988, cuando el multiculturalismo se convirtió en una ley, el país estaba a punto de firmar un importante tratado de libre comercio con los Estados Unidos (Gilbert, 2007).

La idea del multiculturalismo como ventaja competitiva en un mercado globalizado implicaba la construcción del estereotipo del inmigrante ideal. Es decir que el papel humanitario de Canadá como país receptor de inmigrantes pasaba a un segundo plano. Ahora, eran los inmigrantes quienes debían de contribuir a que Canadá compitiera en la economía mundial. Lo anterior significaba que se esperaba de ellos que dieran mucho y pidieran poco. Por lo tanto, el inmigrante ideal se concebía como una persona joven, educada, profesional y que hablaba inglés o francés. Al ser joven y educada, se ahorrarían costos relacionados con la salud y la educación y, al hablar el idioma local, se esperaba que no generara conflicto y se integrara fácilmente.

Sin embargo, justo después de la firma del Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos, la economía canadiense fue azotada por una recesión. El índice de desempleo empezó a subir y los inmigrantes recién llegados no encontraban trabajo tan fácilmente a pesar de sus altas calificaciones, por lo cual terminaban en los sectores marginados de la sociedad canadiense (*idem*). Esta situación los exponía a convertirse en chivos expiatorios y un movimiento conservador con un discurso xenófobo empezó a crecer rápidamente en el oeste del país, hasta convertirse en un partido político que tomó el poder en el 2006 y gobernó el país hasta el 2015: el Partido Conservador.

Mientras tanto, los atentados del 11 de septiembre de 2001 sobre las Torres Gemelas de Nueva York se usaron para legitimar también el reforzamiento de las políticas migratorias, así como la prolifera-



ción de un discurso islamofóbico. Por lo tanto, a partir del año 2006, la idea de seguridad nacional se volvió preponderante en el multiculturalismo. Se presentó entonces el reto de conciliar preocupaciones poco compatibles: la necesidad de preservar la ventaja competitiva que la inmigración y la diversidad cultural brindan a Canadá con la idea de que se tenían que adoptar políticas migratorias más estrictas (Gilbert, 2007; Nadeau, 2010 y Thobani, 2007: cap. 6).

Con el pasar de los años, el multiculturalismo se ha convertido en un elemento fundamental de la joven identidad nacional de ese país. Como bien lo afirma Gilbert:

Dos generaciones ya han crecido con y dentro [de la política del multiculturalismo] y, a veces, éstas pueden difícilmente imaginarse que hubo una época en la que Canadá no se consideraba como una nación multicultural. Fuera de Canadá, después de su tamaño geográfico, el multiculturalismo es probablemente la imagen del país que mejor se conoce. Incluso para otros, el estatus oficial del multiculturalismo pudo haber sido un factor que los motivó a buscar una vida mejor en Canadá o una legitimización de sus experiencias como inmigrantes en ese país. En los últimos años, la política del multiculturalismo se ha vuelto un discurso predominante de la cultura nacional canadiense (2007: 12).⁹

La propaganda de las instituciones migratorias se enmarca precisamente en lo que Gilbert llama “discurso predominante de la cultura nacional”. De hecho, a este elemento del discurso nacional predominante que es el multiculturalismo corresponde un fenómeno al que el historiador y politólogo británico Duncan S.A. Bell ha otorgado el nombre muy atinado de “*mythscape* nacional”, el cual define como...

... la esfera discursiva, constituida por dimensiones temporales y espaciales, en las cuales los mitos de la nación son olvidados, transmitidos, reconstruidos y negociados constantemente (Bell, 2003: 75).¹⁰

9 Traducción libre del autor desde el inglés.

10 Traducción libre del autor desde el inglés.

Los antropólogos Nina Glick Schiller y Noel B. Salazar explican que:

Las imágenes y las ideas de otros (entendidos como mejores) lugares posibles en donde vivir —a menudo representados de manera tergiversada en los medios de comunicación masiva— circulan en un espacio global muy desigual [...] y terminan filtrándose en las aspiraciones personales de los migrantes. Por lo tanto, la migración siempre presupone algún conocimiento o, al menos, rumores sobre “el otro lado” (Glick Schiller y Salazar, 2013: 195).¹¹

Así es como el *mythscape* nacional del multiculturalismo se constituye como el trasfondo de la propaganda migratoria canadiense: difunde a escala masiva, mundial incluso, las imágenes e ideas estereotipadas y tergiversadas —en palabras de Bernays, “suscita y desvía acontecimientos” (2008a: 21)— de un “mejor lugar posible”. Éstas circulan en un mundo desigual y “terminan filtrándose en las aspiraciones personales de los migrantes”.

La propaganda migratoria contribuye a construir un clima que favorece los actores de poder, legitimando el reforzamiento de las medidas de coerción en el ámbito migratorio para proteger este “otro y mejor mundo posible en donde vivir” del cual se proyectan como los garantes magnánimos, el abaratamiento de los costos de producción, así como el opacamiento de las divisiones y de las solidaridades de clase mediante la sustitución de una fragmentación en “comunidades culturales” y el reforzamiento de las medidas de coerción en el ámbito migratorio para proteger este “otro y mejor mundo posible en donde vivir”, del cual se proyectan como los garantes magnánimos. De esta manera, el otrora racismo abierto de las elites canadienses se vuelve sutil y se esconde detrás de una celebración de la diversidad cultural.

Sin embargo, al proyectarse como “un mejor lugar posible en donde vivir”, el discurso del multiculturalismo puede terminar denigrando las culturas que no pertenecen a los mal llamados “pueblos fundadores”, un estatuto que se otorga a los ingleses y franceses y

11 Traducción libre del autor desde el inglés.



del cual se excluye a las primeras naciones. Como lo veremos más adelante, en el discurso del multiculturalismo canadiense se difunde “la idea que presenta cada comunidad racializada como si hubiera nacido en un espléndido aislamiento de todas las demás” y se conciben los “marcos epistemológicos principales de éstas como tradicionales y atemporales”, esto es, como sociedades sin historia. Así es como el multiculturalismo canadiense desprovee a las culturas que no descienden de los colonos franceses e ingleses “de su dinamismo y de sus características socialmente construidas y relacionales” (Sharma, 2011: 96) y proyecta visiones estereotipadas de éstas.

El *mythscape* nacional canadiense no existe si no se difunde y no se difunde sin propaganda. La médula de la propaganda, su materia prima, es el estereotipo. Por ende, el estereotipo también es la médula del discurso del multiculturalismo canadiense. Por lo tanto, si queremos desarmar este discurso, tenemos que apuntar hacia los estereotipos que propaga, cuya función es legitimar el uso de la llamada “diversidad cultural” por parte de los actores de poder en Canadá como ventaja competitiva en una economía globalizada, así como de políticas migratorias coercitivas con el pretexto de resguardar la seguridad del territorio.

La metodología del contrapunto disonante

En la palabra “estereotipo”, encontramos el prefijo “estéreo”, el cual significa “fijo”. Por lo tanto, los estereotipos se destinan a incrustarse y fosilizarse en la mente del individuo. Para ello, se constituyen como elementos de su identidad o incluso “una garantía de su amor propio” (Lippmann, 2003: 94). Cuando sus estereotipos se caen, todo su universo tambalea. Parafraseando una vez más a Lippmann, el mundo deja entonces de ser un lugar “coherente” al que se ha adaptado y deja de “responder a lo que espera” de él. Ya no se “siente en casa”; ya no “sabe por dónde moverse”; ya no le “resulta familiar, normal o fiable”; ya no se “ajusta de forma tan acogedora como su par de zapatos más usados” (idem: 93).

Se trata de un momento de disonancia cognitiva. Leon Festinger define ésta como una situación en la cual “una persona conoce varias cosas que no son psicológicamente coherentes las unas con las otras”. Según Festinger (1962: 95), esta situación es tan intensa para la mente que se podría comparar con lo que vive el cuerpo cuando pasa hambre: “si el hambre impulsa a una persona a comer, la disonancia impulsa a una persona a cambiar su opinión o su conducta”. Ante semejante situación, el individuo buscará defenderse, por lo cual “intentará, de diversas maneras, hacer que se vuelvan más coherentes”.

Éste es entonces un momento crítico en el que todo es posible, ya que nos encontramos ante un vacío. Es un momento en el que cuestionamos nuestra percepción del mundo. Una forma de resolver la crisis puede ser remplazando los estereotipos derrumbados por otros que colmatarán las grietas que la disonancia cognitiva creó en nuestra imagen mental del mundo y de las que se vislumbraron sus incoherencias.

Otra forma de lidiar con la disonancia cognitiva es considerarla como una oportunidad de aprendizaje, ya que ésta implica una “modificación del comportamiento por la experiencia previa” (Ardila, 1979: 4). Por lo tanto, sería lógico que, si el aprendizaje implica un cambio de comportamiento y si la disonancia cognitiva “impulsa a una persona a cambiar su opinión o su conducta”, ésta sería una condición *sine qua non* para que cobre forma tal proceso. Si tal fuera el caso, comparar elementos de información incompatibles constituiría una manera de generar disonancia cognitiva y, por ende, oportunidades de aprendizaje.

Esta es precisamente la hipótesis a la que dio luz el conjunto de mis trabajos; y aunado a ello, la de que el arte y los testimonios de las diásporas latinoamericanas y caribeñas de Montreal pueden constituirse como un acervo de disonancias que puedan contribuir a desarmar los estereotipos de la propaganda migratoria canadiense.

El presente texto se enfoca precisamente en la segunda parte de la hipótesis. Por lo tanto, exploraré las posibilidades que ofrecen una obra y el testimonio de Helena Martín Franco —una artista visual



de origen colombiano establecida en Montreal—, de entablar una relación disonante con un ejemplo de propaganda de las instituciones migratorias canadienses, al colocarnos ante elementos de información que son incompatibles con sus estereotipos. El motivo de esta búsqueda es que, de acuerdo con Festinger (1962: 95), “se dice que dos elementos de información que no son psicológicamente compatibles se encuentran en una relación disonante el uno con el otro”.

Mi investigación implicó un trabajo de campo de tres meses en la ciudad de Montreal que se llevó a cabo en el año 2011. En este período entrevisté a decenas de artistas de las diásporas latinoamericanas y caribeñas que se establecieron en esa ciudad, así como a varios actores sociales y especialistas de la cuestión. También he regresado ahí varias veces, no sólo para actualizar mi acervo y observar la evolución de los procesos creativos y profesionales de algunos de los artistas que entrevisté, sino también para poner a prueba el potencial epistemológico y pedagógico de mi enfoque basado en la disonancia en diversos foros y eventos académicos, a veces incluso en presencia de los artistas a los que remitía mis ponencias.

La metodología de la disonancia no aspira a la representatividad, sino que tiene como objetivo evaluar la posibilidad de generar conocimiento mediante el análisis de la relación disonante que emerge del contraste entre las visiones estereotipadas del mundo de las que están cargados el discurso oficial y las expresiones discursivas y simbólicas de los artistas de las diásporas latinoamericanas y caribeñas de Montreal. Así, se puede aspirar a una resublimación de los testimonios de inmigrantes que han sido desublimados mediante la propaganda de las instituciones migratorias canadienses, con base en la exploración del potencial epistemológico y pedagógico que ofrecen las obras y los testimonios de los artistas de las diásporas latinoamericanas. Para ilustrar cómo puede cobrar forma lo anterior, propongo, en el presente caso, un contrapunto entre una de las “historias de éxito” difundidas por el Ministerio de Ciudadanía e Inmigración de Canadá en el año 2008 y el personaje de Fritta Caro, creado por Helena Martín Franco.

Primera historia de éxito

El siguiente texto consiste en una traducción de la totalidad de una de las 38 “historias de éxito” que fueron publicadas en el sitio Internet del Ministerio de ciudadanía e inmigración canadiense entre los años 2007 y 2013:

Construirse una nueva vida, una taza a la vez¹²

Enero de 2008

Martha se describe a sí misma como una combatiente.

“Somos combatientes, dice Martha de sí misma y de su esposo, Frank. Nos esforzamos en pensar que nada nos puede detener. Como inmigrantes, consideramos que el hecho de que podamos estar aquí es un privilegio y queremos demostrar que lo podemos lograr.”

Martha salió de Colombia en 1998 y ahora es propietaria de Latin Organics Inc., una compañía de café de precio justo y biológico que vende granos de café fino en diversas tiendas de la región de Vancouver. Ella y su marido llegaron a Canadá como inmigrantes admitidos —ahora llamados “residentes permanentes”— con la esperanza de construir una vida nueva para su familia.

Anteriormente, durante ese mismo año, ellos y su hija fueron secuestrados. Los captores mantuvieron a Frank como rehén hasta que fuera liberado por un convoy militar. Su decisión de salir de Colombia también fue influida por un asalto que sucedió en su restaurante y durante el cual una persona murió y otras fueron heridas.

Estaban convencidos de que Canadá era un país seguro para criar a una familia y la madre de Martha les sugirió que visitaran Vancouver. Ella y su marido siguieron sus consejos. Entonces, pasaron tres

12 “Histoires de réussite - Se bâtir une nouvelle vie, une tasse à la fois.html” (este documento forma parte de una campaña publicitaria que terminó en el año 2013, por lo cual ya no se encuentra disponible en el sitio Internet del Ministerio de Ciudadanía e Inmigración de Canadá. Por lo tanto, fue recuperado el 17 de abril de 2013 y almacenado en un documento Chrome HTML. Sin embargo, todavía se puede encontrar el documento en el siguiente enlace: <https://web.archive.org/web/20130208082343/http://www.cic.gc.ca:80/francais/ministere/media/histoires/martha.asp> (Revisado el 11-11-2018). Traducción libre del francés.



semanas aquí, dedicándose sobre todo a realizar búsquedas en la biblioteca municipal de Vancouver.

Luego, fueron a buscar a sus hijos en Colombia, para después alquilar una pequeña casa en North Vancouver, una colectividad que les parecía barata y conveniente para sus hijos.

Cuando entramos en la casa y que nuestros muebles y nuestros efectos personales llegaron, abrimos un viejo baúl en el cual habíamos puesto todas nuestras fotos de familia, afirma Martha. Al ver las fotos, tuve la sensación de que acabábamos de cometer un error terrible e irreversible y lloramos mucho. Estábamos en medio de un océano de incertidumbres.

Pero aprendieron a navegar sobre este océano.

Mientras que su marido había regresado a Colombia para concluir unas transacciones, Martha pudo contar con sus padres que vinieron para ayudarla a instalarse. Después de haber encontrado un empleo en el Hotel Vancouver, consiguió un trabajo de gerente en el *Capers Community Market*, una sucursal local de una empresa estadounidense de productos biológicos finos.

No sabía que tenía calidades de emprendedora, afirma. Mi esposo siempre me había dicho que era capaz, pero tuve que cambiar mi manera de pensar. En Colombia creía que, para tener éxito, hacía falta trabajar por una gran empresa y ascender.

Martha usó su experiencia adquirida observando los mecanismos de venta y comercialización de los productos biológicos en las tiendas de alimentos para encontrar un trabajo que le permitiera estar más cerca de sus hijos. Después de conseguir la lista de los productores de café en su país de origen, descubrió que el café era producido por los arhuacos, un pueblo con el cual su abuelo hacía negocios.

Fui a Colombia para encontrar granjeros y coleccionar la mayor cantidad de información posible. De regreso a Vancouver, dediqué todos mis días de descanso a la preparación de un plan de negocio.

Gracias a un préstamo del Banco de desarrollo de Canadá, Martha inauguró *Latin Organics* en noviembre de 2005. Aun si la empresa creció, los inicios no fueron fáciles.

Acababa de dar a luz a mi hija cuando emprendí la comercialización de mis primeros granos de café. El reto fue grande. Mi vientre engordaba y tenía que reunirme con vendedores para encontrar representantes.

Antes de que *Latin Organics* se expandiera lo suficiente como para que Frank, su esposo, pudiera trabajar ahí, él vendía carros. Martha también importaba manteles y canastas tejidas a mano por los kankuamos de Colombia que vendía en una tienda de West Vancouver.

Por otra parte, Martha, su esposo y sus hijos son todos ciudadanos canadienses, de lo cual está muy orgullosa.

Vivimos en uno de los únicos países convenientes que hay en este planeta, según dice refiriéndose a los servicios de salud, el sistema de educación, el medioambiente y la sensación de seguridad que hay en Canadá. Espero que el gobierno de Canadá sea consciente de ello y que tome decisiones informadas con respecto al proceso que usa para seleccionar a las personas que pueden venir aquí.

Creemos que la ciudadanía es un privilegio y no la damos por sentada. Estamos agradecidos y lo demostramos mediante los esfuerzos que desplegamos.

Según Martha, esos esfuerzos incluyen, entre otras cosas, una nueva aventura en 2008, año en el cual planea abrir una cafetería que llevará el nombre de *Latin Organics Café Tienda & Roastery*.

Helena Martín Franco y el personaje de Fritta Caro

Helena Martín Franco es mujer, artista y latinoamericana. Esta condición constituía a su pesar un filtro que terminaba distorsionando y simplificando la percepción que el público quebequense tenía de su obra; como si encontrar las variables “mujer”, “latinoamericana”



y “artista” remitiera automáticamente a “Frida Kahlo”. Esta asociación parecía indicar que “la gente no entiende”:

Quando la gente ve mi trabajo y usa el referente o el estereotipo de Frida Kahlo y sus obras, no me están viendo a mí ni la obra que estoy proponiendo; están echando mano al estereotipo, a una referencia y [es] una lectura que es muy fácil y que se queda en ese nivel.¹³

Entonces declaró: “Frida me tiene frita”.¹⁴ Así es como dio a luz al personaje de Fritta Caro, una caricatura y una exacerbación de la imagen de Frida Kahlo como arquetipo de la artista latinoamericana. Por lo tanto, en sus inicios, el personaje aparece con algunos de los atributos de la pintora mexicana como su peinado, una camiseta con motivos que evocan vagamente sus huipiles, así como una mirada impregnada de solemnidad y de melancolía.

Martha, la protagonista de la “historia de éxito” es también colombiana. Al igual que en el caso de Helena, a Martha se le asignan ciertos estereotipos. Sin embargo, su testimonio —es decir, un relato que no se pretende ficticio— al constituirse como una “historia de éxito” destinada a crear una imagen de Canadá como “otro mejor mundo posible”, se convierte en una validación en primera persona de estas representaciones ficticias del mundo inspiradas en el multiculturalismo y construidas por la propaganda del Ministerio de Ciudadanía e Inmigración canadiense. Sin embargo, aquí, ficción no es sinónimo de mentira. Se entiende más bien en el sentido que le otorga Walter Lippmann, el creador del concepto de estereotipo y uno de los pioneros de la propaganda moderna, quien la considera como “representaciones del entorno que en mayor o menor grado son obra de los individuos” (2003: 33). El uso de personajes realmente existentes sólo contribuye a generar un mundo narrado más verosímil y, en este caso, la verosimilitud permite establecer un

13 Fuente: Entrevista con Helena Martín Franco, 6-10-2011.

14 Fuente: <http://frittacaro.helenamartinfranco.com/es/bio/> (Revisado el 25-04-2016).

punto entre lo real y lo ideal, planteándonos que éste nos resulta alcanzable porque existe.

Martha entonces, al igual que Helena, se encuentra con una sociedad que le asigna una identidad estereotipada inspirada en una visión simplificada, ficticia y mercantil de lo colombiano y lo latinoamericano: el café y las artesanías.

Nandita Sharma (2011: 96) afirma que “la cultura llegó como un cadáver al banquete del multiculturalismo canadiense”. Por su parte, Neil Bissoondath (1994: 42) ilustra el trato del multiculturalismo canadiense hacia las culturas de los inmigrantes con la metáfora de las “mariposas coloridas ancladas a un terciopelo negro por manos cuidadosas y amorosas”. El autor explica que el multiculturalismo canadiense propicia una “simplificación de las culturas”, ya que “reduce culturas que tienen centenares, a veces miles de años de historia, a unos estereotipos fáciles de digerir” (1994: 84) y las concibe como una mercancía, “una cosa que puede ser exhibida, representada, admirada, comprada, vendida u olvidada” (*ídem*: 83).¹⁵

En la “historia de éxito”, se genera la impresión de que se valora el lugar de origen de la protagonista, ya que éste le brinda su ventaja competitiva y le permite alcanzar éxito como emprendedora. Sin embargo, de paso, se reduce la contribución de Colombia a la sociedad multicultural canadiense al café y a las artesanías.

Así, se reproduce la imagen colonialista que “presentaba a los grupos étnicos como conectados a la tradición, no a la modernidad” en la cual “éstos encarnaban «la experiencia humana en varios lugares del mundo» asociada a un diferente plano temporal [...] del que era habitado por la nación” (Thobani, 2007: 163-164). En efecto, Colombia se representa como un proveedor de bienes de consumo exóticos, construidos mediante un proceso “artesanal”, que se fetichizan generando la impresión de que son productos de una economía precapitalista, cultivando...

...la nostalgia de la nación por un pasado perdido al que ahora se puede acceder de nuevo mediante incursiones de nacionales en esas

15 Traducción libre del autor desde el inglés.



comunidades culturales, mismas que son definidas como exteriores a la historia y a la modernidad, exteriores a los espacios habitados por la nación (*idem*: 164).

En la historia de Martha, el café y las artesanías colombianas se vuelven “canibalísticamente disponibles para el sustento y el enriquecimiento de la nación”, por lo cual merecen, por ejemplo, el apoyo del Banco de desarrollo de Canadá.

Ésta es la expectativa que se tiene hacia Helena Martín Franco cuando se presenta como artista con un nombre en castellano ante el público. Tendría que quedar “atrapada en la fantasía nostálgica de la nación” (*idem*). Se espera que su presencia permita una “incursión” fuera de la modernidad, “el tiempo habitado por la nación”, y ofrezca una probada de lo que se asocia con el arte latinoamericano; una representación imprecisa, inexacta y simplificada del muralismo mexicano con Frida Kahlo como representante femenina. La simplificación de dicha representación brinda elementos para que Helena construya Fritta Caro, que aparece como una visión caricaturesca de la pintora: el vestido, el peinado con flores y la mirada solemne y melancólica. Sin embargo, el vestido y sus motivos son conformados por una playera barata con una hoja de maple en medio, evocando así la apropiación que efectúa el mercado de las culturas indígenas; las flores son de plástico, recordándonos que el capitalismo puede desublimar hasta la naturaleza, y la mirada solemne y melancólica pierde su aura romántica cuando aparece entre las multitudes de los centros comerciales que Fritta Caro habita.

El personaje de Fritta Caro surge entonces en respuesta a las expectativas del público con respecto a Helena Martín Franco por ser artista, mujer y latinoamericana. Al igual que en el caso de Martha, que usa su condición de colombiana para vender café y artesanías, se esperaría de Helena que aprovechara el hecho de que es mujer, artista y latinoamericana para pintar como Frida Kahlo, aun si ella no se inspira en el trabajo de la pintora mexicana. Sin embargo, mientras que Martha acepta lucrar con el estereotipo con el que se

la identifica, Helena Martín Franco decide más bien problematizarlo como una identidad impuesta, exacerbándola.

A diferencia de lo que ocurre con Helena, en la “historia de éxito”, el personaje no cuestiona esta representación, sino que la fortalece y aprovecha el estereotipo que se le asigna como una ventaja competitiva. A pesar de que ella no tenía experiencia en la comercialización del café y de las artesanías, el hecho de ser colombiana se convierte en un atributo que el multiculturalismo le permite usar para lucrar con su identidad nacional. Así es cómo esta historia se constituye como un ejemplo de la construcción y de la reproducción de estereotipos por parte del discurso multiculturalista para legitimar una economía capitalista.

A primera vista, la desublimación de lo que Marcuse (1993: 96) llama “imágenes pretecnológicas” por parte de los actores de poder canadienses y su conversión en bienes de consumo en el discurso del multiculturalismo se asemejan a lo que podría ser un cumplido torpe pero bienintencionado y aparentemente halagador —al estilo “qué bonita pintura, se parece a lo que hace Frida Kahlo”—. Sin embargo, ¿qué ocurre cuando estas simplificaciones de las culturas ya no se hacen con este afán halagador?

En la “historia de éxito”, la ventaja comparativa de ser colombiana en Canadá consiste en la posibilidad de ofrecer un acceso más auténtico a este mundo que se proyecta como exótico y precapitalista. En este mundo en donde “las personas y las cosas ocupan un lugar inequívoco y su comportamiento responde a lo que esperamos de ellas” (Lippmann, 2003: 93), no cabría el arte contemporáneo como el que hace Helena Martín Franco, a pesar de que, como lo afirma la misma artista, “en este momento, [en Colombia] hay un auge impresionante del *performance*, de manifestaciones en espacios públicos”.¹⁶

Sin embargo, este estereotipo aparentemente halagador e inofensivo tiene su contraparte. Debe de haber alguna razón por la cual alguien abandona el supuesto encanto exótico y pretecnológico para vivir en la “modernidad” canadiense. Este motivo vuelve a cobrar la forma de una imagen estereotipada en la “historia de éxito”: Canadá

16 Fuente: Entrevista con Helena Martín Franco, 6-10-2011.



es “uno de los únicos lugares convenientes que hay en este planeta” debido a la calidad de “los servicios de salud, el sistema de educación, el medioambiente y la sensación de seguridad”, mientras que Colombia se proyecta como una fuente de exilio, un lugar violento, en donde hay robos y secuestros. Lo anterior sirve para justificar los límites del multiculturalismo definidos por la lógica de la seguridad nacional, al reivindicar a la ciudadanía como un “privilegio” y justificar políticas estrictas de selección de migrantes.

En ello estriba la pertinencia del apellido de Fritta Caro, que evoca el segundo elemento que conforma el híbrido en el que consiste su personaje: la atleta. Mientras que el uso de Frida Kahlo sirve para proyectar el estereotipo de la artista latinoamericana, este segundo componente remite a las expectativas que se tiene en torno a los inmigrantes, las cuales, para ser cumplidas, requieren una multitud de esfuerzos y de competencias, así como una capacidad de adaptación que son dignas de lo que se exige a los atletas de alto rendimiento que representan sus países en competencias internacionales. Es por ello también que encontramos una ostentosa hoja de maple en la playera que el personaje lleva puesta y que éste se viste de rojo y blanco: mientras que el relato de Martha inicia con la declaración “somos combatientes”, el de Fritta Caro muy bien podría empezar por “soy atleta”. No por nada George Orwell consideraba que “en el nivel internacional, el deporte constituye francamente una mímica del conflicto armado” (2013).

La fachada de la “historia de éxito” con un final feliz oculta la obligación de conformarse a las exigencias del Estado canadiense hacia los inmigrantes. Se recuerda que “la ciudadanía es un privilegio” y se advierte que “no hay que darla por sentada”. Por lo tanto, hay que “estar agradecidos y demostrarlo con sus esfuerzos”, aun si ello puede significar “navegar sobre un océano de incertidumbre”.

Se usa entonces el testimonio de Martha para generar la idea de que existe un consenso entre la sociedad y el Estado canadienses, así como con los inmigrantes en torno a la importancia de que el gobierno “tome decisiones informadas con respecto al proceso que usa para seleccionar a las personas que pueden venir aquí”. En otras

palabras, las artesanías y el café pueden entrar, pero hay que cuidar que no lo haga cualquier persona que comprometa el “otro mejor mundo posible” que es Canadá, con la contraparte de la otredad exótica que se presupone como fuente de exilio y de violencia. Así, se plantea al migrante la expectativa de que encaje en el estereotipo del inmigrante ideal, es decir, que contribuya mucho sin pedir demasiado a cambio.

Para mostrar su buena voluntad, Fritta Caro se viste con la camiseta y los colores de Canadá e ilustra lo difícil que resulta encontrar su lugar en la “simetría canadiense”. Esta expresión surgió cuando el personaje pidió a una peluquera un corte de cabello que la hiciera “lucir más canadiense” y que ésta le respondió que “la tendencia era la simetría”.

Las dos bolsas de mercado rojiblancas adornadas con una hoja de maple que el personaje lleva constantemente en cada mano representan esta aspiración a la simetría: éstas se vuelven un lastre que carga el inmigrante en las pruebas que superará de forma atlética y también evocan el papel de consumidor que se le quiere asignar. Así, la simetría canadiense permite resaltar a la vez el papel coercitivo tanto del Estado como del mercado, el cual termina dibujando la contraparte de lo que implica la figura del inmigrante ideal: pide poco, ya que es agradecido, y contribuye mucho trabajando y consumiendo.

Por lo tanto, la simetría canadiense es una promesa condicionada que también funge paradójicamente como una amenaza. Es una promesa de una vida tranquila, próspera, saludable y segura, que el Estado hace a condición de que el inmigrante no afecte la simetría del lugar, con la amenaza de ser excluido de dicho marco sin que se precise cómo ésta se pueda ejecutar. Sin embargo, tanto el relato de Martha como la obra de Fritta Caro nos ponen ante elementos que nos pueden llevar a preguntarnos si la amenaza no se cumple más que la promesa.

Es decir que, lo que Martha provee a la sociedad canadiense constituye una enorme inversión de energía, ya que llega a ocupar dos empleos al mismo tiempo y a trabajar incluso mientras está em-



barazada; inversión de tiempo, dado que su historia da cuenta de un proceso de varios años entre el momento en que toma la decisión de irse de Colombia y el final feliz en que se vuelve emprendedora, e inversión de dinero, si se toma en cuenta que ella y su marido tienen que efectuar varios viajes entre Colombia y Canadá y que Martha pide un préstamo para poner su negocio en marcha. Sin embargo, la protagonista no se queja, sino todo lo contrario. En su opinión, las autoridades canadienses están en lo correcto: deben de ser exigentes y selectivas; son los inmigrantes quienes han de demostrar su agradecimiento al Estado canadiense mediante sus esfuerzos. Lo anterior remite también a la preocupación por la seguridad nacional, ya que se proyecta a un inmigrante que defiende políticas que comprometen sus posibilidades de ser aceptado, con el argumento de que éstas son esenciales para que Canadá siga siendo “uno de los únicos lugares convenientes que hay en este planeta”.

Por su parte, al vestirse como atleta, Fritta Caro nos recuerda que el inmigrante “tiene que ser excelente, tiene que pasar unos exámenes para ser aceptado”, por lo cual...

... está todo el tiempo en una carrera consigo mismo y, al mismo tiempo, con sus compatriotas o con la sociedad que lo acoge; una carrera permanente para aprender el idioma, para validar sus estudios, para adaptarse, para integrarse, porque todos los discursos dicen “nosotros les ofrecemos todo para que se integren”.¹⁷

En una acción que llevaba por título “*Alterofilia* o Los Juegos de Fuerza de Fritta Caro”, realizada en el Parque de los hombres fuertes en Montreal, la artista construyó una serie de imágenes que simbolizan el esfuerzo olímpico que deben de desplegar los inmigrantes cuando se establecen en Canadá.¹⁸ En un día particularmente cálido de agosto de 2018 (hacia 26 grados centígrados, pero la humedad llevaba la sensación térmica a los 31 grados), la atleta Fritta Caro

17 Fuente: Entrevista con Helena Martín Franco, 06-10-2011.

18 Se pueden ver imágenes, vídeos y documentos relacionados con esta obra en el siguiente enlace: <http://www.dare-dare.org/fr/evenements/alterophilie-ou-les-jeux-de-force-de-fritta-caro> (Revisado el 05-09-2018).

superaría cuatro pruebas de fuerza. Las primeras dos remitían precisamente a las exigencias que la llamada “sociedad de adopción” plantea a los inmigrante.

La primera consistía en barrer la plaza, lo cual evocaba los trabajos duros y mal pagados que se ofrecen a los inmigrantes. Esta acción se desenvolvía al pie de la representación soberbia de Louis Cyr, una figura mítica de la historia de Quebec, considerado como “el hombre más fuerte de todos los tiempos” según lo que se podía leer en la leyenda que aparecía en el zócalo de la estatua. Este contraste nos pone ante un cuestionamiento sobre la aceptación de la explotación de la mano de obra inmigrante en la supuesta comodidad de una sociedad industrializada.

Pese a ser producida con fines propagandísticos, la historia de éxito no esconde esta explotación, sino que la aborda de manera diferente al proyectarla como parte del proceso de aprendizaje de Martha para que se vuelva emprendedora, así como parte de los esfuerzos que tiene que desplegar para demostrar su gratitud. En este sentido, la escena que nos ofrece Fritta Caro al barrer en los pies de un símbolo que encarnaría la fuerza del pueblo quebequense, pone de manifiesto y cuestiona el trato humillante que significa la explotación de los trabajadores inmigrantes.

La segunda prueba consistía en dibujar, con una cinta adhesiva en la que estaba escrito “cuidado” en inglés y en francés, varias palabras que amueblan la cotidianidad de Fritta Caro como “otra”, “mujer”, “invisible”, “racializada”, “diversidad”, “minoría”, “étnica”, “cultural” y “mestiza”. Éstas parecían remitir a una “trayectoria superficial de integración y la adopción de una identidad postiza” (Martín Franco, 2018) que resultan de una coexistencia estereotipada y constituyen una prueba perpetua a la que se enfrentan los inmigrantes; una violencia cotidiana que se convierte en la extensión de lo que significa ver su identidad reducirse a la artesanía y el café, como sucede en la “historia de éxito”.

En el muro del edificio que se ubica detrás del parque en donde transcurrió la acción y que fungía de algún modo como su telón de fondo, se encuentra un mural de Jessica Sabogal, una pintora de



origen colombiano establecida en los Estados Unidos, el cual representa una mujer que lleva en la mano la consigna “*White Supremacy Is Killing Me*” (La supremacía blanca me mata). El mensaje se reforzaba con la imagen soberbia del “hombre [blanco, dicho sea de paso] más fuerte de todos los tiempos”, al pie del cual Fritta Caro buscaba superar todas estas pruebas, proyectando así una reflexividad entre el personaje de Fritta Caro con la mujer representada en el mural.¹⁹

La tercera prueba a la que se somete Fritta Caro nos puede llevar a dar un paso más allá en la construcción de conocimiento y de posibilidades de aprendizaje a través de una obra de arte como la de Helena Martín Franco. A este ejercicio le dio el título de *Altero(s) filia*, jugando con las palabras “halterofilia” y “alteridad” para formar una nueva que se podría traducir por “amor al Otro”. En este ejercicio, Fritta Caro tomó unos juguetes conocidos como “bola pie” que ella confeccionó, en cuyo extremo se encontraba una esfera negra. Los acomodó en sus manos de manera que formaran una pesa de halterofilia. Durante esta prueba, Noémi McComber, una artista del colectivo *L’Araignée* (La araña), del que Helena es miembro, leyó un “tutorial” que plantea una propuesta para cambiar las relaciones entre las alteridades. Este manifiesto puede constituirse como una metodología para una epistemología y una antropología disonantes. Además de plantear una agenda política decolonial en la que se invita a “reconocer que nos encontramos en tierras no cedidas”, un “desarrollo de una cohabitación sana con una distribución equitativa” o “desenmascarar las retóricas de opresión que ocultan lógicas de subordinación, de opresión y de discriminación”, su tutorial propone literalmente ejercicios científicos como “descentrarse”, “superar los estereotipos”, “escuchar”, “tomar conciencia de la disonancia cognitiva”... Este manifiesto nos propone un abanico de métodos para no solamente desarmar “historias de éxito” como la de Martha, sino todo tipo de “discurso de inclusión que parece luchar en contra

19 Se puede ver una imagen del mural en el siguiente enlace: <https://artpublicmontreal.ca/oeuvre/white-supremacy-is-killing-me/> (Revisado el 05-09-2018). Cabe señalar que este mural fue objeto de vandalismo racista en el año 2017. Para más información, véase el siguiente enlace: <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1052851/murale-autochtone-vandalisee-saint-henri-montreal-queer-voix-insoumises> (Revisado el 05-09-2018).

de las opresiones, pero que, en realidad, las oculta y las facilita”²⁰ y explorar las posibilidades epistemológicas y pedagógicas que ofrece el arte para desarrollar nuevas formas humanas de coexistencia en una sociedad que cuenta con la presencia de múltiples lenguas, culturas, religiones, historias, cosmovisiones...

Finalmente, en la cuarta prueba, Fritta Caro amarró una bola pie a su tobillo. El juguete, con su esfera negra en su extremo, se parecía a una bola de preso amarrada a su pie. Fritta empezó entonces a saltar con un solo pie, haciendo girar la bola negra. Ésta, a su paso, desgarraba las palabras dibujadas en el suelo con la cinta adhesiva. Esta imagen, a mi parecer, simboliza el propio trabajo de la artista para derrumbar las visiones estereotipadas del mundo generadas por los supuestos “discursos de inclusión” que “ocultan y facilitan las opresiones y las discriminaciones” como el multiculturalismo, mediante “historias de éxito” como la de Martha.

Conclusiones

Durante la construcción de este texto, que se remonta a 2016, el personaje de Fritta Caro evolucionó: se deshizo de su peinado y de sus flores; sustituyó su imitación de huipil por una playera que adornó cortándola para escribir la palabra “invisible”; profundizó su cuestionamiento de la “simetría canadiense”; se descolonizó al concebir un programa de radio titulado *Descolonízome*²¹ que vino a enriquecer su enfoque crítico y, con “*Alterofilia* o Los Juegos de Fuerza” escribió su testamento y se murió. En el sitio Internet en el que se documenta la acción, Helena Martín Franco declara:

Después de años de intervenciones en lugares públicos [...], quise poner un término a la vida de este personaje. Atrapada entre la decepción ante la identidad nacional de origen y los desafíos relacionados con el territorio que habito, los símbolos nacionales se

20 Se puede consultar el tutorial en el siguiente enlace: <http://laboratoire.laraignee.ca/tutorial-alterosphilie-fritta-caro.pdf> (Revisado el 05-09-2018). Traducción libre del francés.

21 Se puede escuchar el programa en el siguiente enlace: <https://soundcloud.com/user-309217629/sets/descolonizome>



convirtieron en herramientas de expresión pesadas. Los sigo considerando como unas barreras en la búsqueda de un diálogo fluido y desjerarquizado (Martín Franco, 2018).

Mientras tanto, el primer ministro Justin Trudeau, quien acababa de ser elegido en 2016, rebasó la mitad de su término. Donald Trump ganó las presidenciales de Estados Unidos y tomó posesión a inicios de 2017. Su discurso y sus políticas abiertamente xenofóbicas generaron pánico y llevaron a miles de demandantes de asilo a intentar ingresar a Canadá por la frontera que se ubica al sur de Montreal.

En enero de 2017, un individuo abiertamente extremista de derecha cometió una matanza terrorista en una mezquita de la ciudad de Quebec, en la cual mató a seis personas musulmanas. Esta mezquita ya había sido objeto de acciones islamofóbicas. Paralelamente, la ultraderecha salió impunemente de la sombra y empezó a expresarse en la calle sin reparo, aglutinándose en grupos como *La Meute* (La Manada).

En el verano de 2018, la representación de dos obras escénicas de alto presupuesto producidas y dirigidas por Robert Lepage, un famoso escenógrafo quebequense, generaron hartazgo en las comunidades afrodescendientes e indígenas de Quebec porque las produjo sin tomarlas en cuenta, sin consultarlas y sin involucrarlas en su proyecto. Ello llamó la atención sobre el poco acceso que tienen los que no son considerados como miembros de las culturas colonizadoras a la participación en la esfera cultural, artística y mediática de la provincia, fruto de un racismo sistémico más profundo y no asumido.

La última acción protagonizada por Fritta Caro toma en cuenta todos estos elementos. Lamentablemente, no los he podido abordar en la presente contribución, lo cual deja un vacío importante en mi análisis.

Sin embargo, este vacío muestra la riqueza de un personaje como el de Fritta Caro, así como su potencial para generar conocimiento y oportunidades de aprendizaje, no sólo en el cuestionamiento de

las representaciones estereotipadas de la propaganda multiculturalista de las instituciones migratorias canadienses, sino también en la construcción de una postura epistemológica crítica hacia otros discursos con pretensiones hegemónicas que se articulan desde sectores de poder no solamente a nivel federal, pero también a nivel provincial, particularmente en Quebec, una sociedad en la que el multiculturalismo no genera consenso sin que tampoco emerja un modelo menos colonialista y más incluyente, sino todo lo contrario.²²

Por otra parte, cabe recordar que, si bien me he concentrado en la propaganda de las instituciones migratorias, ésta no es el único ámbito en el cual opera el *mythscape* nacional del multiculturalismo canadiense, ya que éste establece el ideal de la convivencia entre culturas diversas encarnada en una imagen idealizada de Canadá. Por lo tanto, existe una multitud de discursos influidos por este “modelo de gestión de la diversidad cultural”, los cuales incluyen a menudo discursos en los que el tema de la inmigración no se aborda. En consecuencia, también existe la posibilidad de analizar cómo el multiculturalismo canadiense opera en otros ámbitos de la sociedad canadiense.

Finalmente, Helena Martín Franco decidió poner un fin a la existencia de Fritta Caro. Ella deja en nuestras manos las ideas y los cuestionamientos que contribuyeron a desarrollar el presente análisis crítico del uso de los estereotipos por parte del multiculturalismo para legitimar un sistema que perpetúa las relaciones coloniales y de explotación, así como políticas migratorias que, a pesar de pregonar la tolerancia, reprimen principalmente a los migrantes que proceden del Tercer Mundo. Recordaré a Fritta Caro como un emblema del enorme potencial epistemológico y pedagógico del arte y de los testimonios de las diásporas latinoamericanas de Montreal.

22 Ya inicié esta tarea cuestionando el interculturalismo quebequense desde una novela del escritor Dany Laferrière en Beaudoin Duquette, 2018.



Bibliografía

- Ardila, Rubén (1979). *Psicología del aprendizaje*. México: Siglo XXI, 236 pp.
- Bell, Duncan S. A. (2003). "Mythscape: memory, mythology, and national identity." *British Journal of Sociology*. 54 (1). pp. 63-81.
- Bernays, Edward L. (1928). *Propaganda*. Nueva York: Horace Liveright. 159 pp.
- Bernays, Edward L. (2008a). *Propaganda*. Barcelona: Melusina. 196 pp.
- Bernays, Edward L. (2008b). *Propaganda*. Comment manipuler l'opinion en démocratie. Montreal: Lux. 130 pp.
- Bernays, Edward L. (1961). *Crystallizing Public Opinion*. Nueva York: Liveright Publishing Corporation. 219 pp.
- Bannerji, Himani (2000). *The Dark Side of the Nation. Essay on Multiculturalism, Nationalism and Gender*. Toronto: Canadian Scholar's Press Inc. 182 pp.
- Beaudoin Duquette, Alexandre (2015). *Propaganda migratoria canadiense y arte latinoamericano en montreal: un contrapunto disonante*. Tesis doctoral. México: Universidad Nacional Autónoma de México. 294 pp.
- Beaudoin Duquette, Alexandre (2017). "Propaganda, ventaja competitiva y seguridad nacional: elementos para una contextualización crítica del multiculturalismo canadiense." *Norteamérica. Revista Académica del CISAN-UNAM*. 11 (2). pp. 85-106.
- Beaudoin Duquette, Alexandre (2018). *Todo lo que no te dirán, Mongo: Desarmando los Mythscape Canadienses con la Literatura de Dany Laferrière*. *De raíz diversa*. 5 (9). pp. 195-226.
- Bissoondath, Neil (1994). *Selling Illusions: The Cult of Multiculturalism in Canada*. Toronto: Penguin Books. 234 pp.
- Bouchard, Gérard (2011). «Qu'est-ce que l'interculturalisme?» *McGill Law Journal / Revue de droit de McGill*. 56, (2). pp. 395-468. Disponible en <http://id.erudit.org/iderudit/1002371ar> (Revisado el 15-03-2017).

- Commission royale d'enquête sur le bilinguisme et le biculturalisme (CREBB) (1969). *Rapport de la Commission Royale d'enquête sur le bilinguisme et le biculturalisme. Livre IV : L'apport culturel des autres groupes ethniques*. Ottawa: Imprimeur de la Reine pour le Canada. 94 pp.
- Festinger, Leon (1962). «Cognitive Dissonance». *Scientific American Offprints*. 207 (4). pp. 93-102.
- Gilbert, Liette (2007). "Legitimizing Neoliberalism Rather than Equality: Canadian Multiculturalism in the Current Reality of North America". *Norteamérica. Revista Académica del CISAN-UNAM*. 2 (3). pp. 11-36.
- Glick Shiller, Nina y B. Salazar, Noel B. (2013). "Regimes of Mobility Across the Globe." *Journal of Ethnic and Migration Studies* 39 (2). pp 183-200.
- Gouvernement du Canada (1985). «Loi sur le multiculturalisme canadien. Site Web de la législation.» Disponible en <http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/C-18.7/TexteComple.html> (Revisado el 21-08-2018).
- Knowles, Valery (2000). *Les artisans de notre patrimoine*. Canada: Ministère des Travaux publics et Services gouvernementaux Canada. 103 pp.
- Kymlicka, Will (1996). *Ciudadanía multicultural. Una teoría liberal de los derechos de las minorías*. Barcelona: Paidós Ibérica. 303 pp.
- Lippmann, Walter. (2003). *La opinión pública*. Madrid: Cuadernos de Langre. 333 pp.
- Marchand, Jean (1966). *White Paper on Immigration*. Ottawa: Queen's printer. 42 pp.
- Marcuse, Herbert (1993). *El hombre unidimensional. Ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada*. Buenos Aires: Editorial Planeta. 286 pp.
- Martín Franco, Helena (2018). *ALTÉROPHILIE* ou Les Jeux de Force de Fritta Caro. *DARE-DARE*. Disponible en <http://www.dare-dare.org/fr/evenements/alterophilie-ou-les-jeux-de-force-de-fritta-caro> (Revisado el 05-09-2018).
- Nadeau, Christian (2010). *Contre Harper : bref traité philosophique sur la révolution conservatrice*. Montreal: Les Éditions du Boréal. 166 pp.



- Norman, David G. (2013). « Relations publiques. *L'Encyclopédie Canadienne* ». Toronto: Historica Canada. Disponible en: <http://www.thecanadianencyclopedia.ca/fr/article/public-relations/> (Revisado el 30-08-2018).
- Orwell, George (2013). “El espíritu deportivo.” Traducción de Ezejel D. In *La ciudad deportiva*. Disponible en <http://lcd.juanfutbol.com/george-orwell-el-espiritu-deportivo/> (Revisado el 05-09-2018).
- Privy Council (1967). *Immigration Regulations. Order-in Council PC 1967-1616, 1967*. Canada. 16 pp. Disponible en <https://pier21.ca/research/immigration-history/immigration-regulations-order-in-council-pc-1967-1616-1967> (Revisado el 29-08-2018).
- Sharma, Nandita (2011). “Canadian multiculturalism and its nationalisms.” In Chazan, M., Helps, L., Stanley, A. y Thakkar, S. *Home and Native Land. Unsettling Multiculturalism in Canada*. Toronto: Between the Lines. pp. 85-101.
- Taylor, Charles (2009). “La política del reconocimiento.” In Taylor C. *El multiculturalismo y “la política del reconocimiento”*. México: Fondo de Cultura Económica. pp. 53-116.
- Triadafilopoulos, Triadafilos (2013). “Dismantling White Canada: Race, Rights, and the Origins of the Points System.” In Triadafilopoulos, T. *Wanted and Welcome? Policies for Highly Skilled Immigrants in Comparative Perspective*. Nueva York: Springer. pp. 15-37.