



Universiteit
Leiden

The Netherlands

Branding the Chilean nation : socio-cultural change, national identity and international image

Prieto Larraín, M.C.

Citation

Prieto Larraín, M. C. (2011, November 24). *Branding the Chilean nation : socio-cultural change, national identity and international image*. Retrieved from <https://hdl.handle.net/1887/18141>

Version: Not Applicable (or Unknown)

License: [Licence agreement concerning inclusion of doctoral thesis in the Institutional Repository of the University of Leiden](#)

Downloaded from: <https://hdl.handle.net/1887/18141>

Note: To cite this publication please use the final published version (if applicable).

Samenvatting

Het 'Merk' Chili op de Kaart Gezet: Sociaal-Culturele Verandering, Nationale Identiteit en Internationaal Imago

Op 18 september 2010 vierde Chili twee eeuwen onafhankelijkheid van de Spaanse Kroon. Ook in andere Latijns-Amerikaanse landen werd de onafhankelijkheid gevierd. Aangezien het (sub)continent sinds eind 2009 voornamelijk economische groei kent, werd de sfeer in de regio tijdens de feestelijkheden gekenmerkt door optimisme. Maar in Chili had de feestvreugde een bitterzoete bijmaak, daar 2010 een jaar vol tegenstrijdigheden was. Terwijl op 11 januari Chili als eerste Zuid-Amerikaanse land toetrad tot de OECD, werd het land een maand later, op 27 februari, opgeschrikt door een aardbeving van 8.8 op de schaal van Richter, gevolgd door een tsunami.

Deze eerste 'koude douche' had tot gevolg dat een historische gebeurtenis op 11 maart een sobere en – letterlijk – bewogen ceremonie werd. Op deze dag werd, nadat zij twintig jaar aan de macht was geweest, de centrum-linkse coalitie Concertación de Partidos por la Democracia opgevolgd door een centrum-rechtse coalitie: de Alianza por Chile. De overdracht van de macht door de aftredende President aan zijn opvolger was om meerdere redenen memorabel. Niet alleen lieten hevige naschokken de stad Valparaíso, waar de inauguratie plaatsvond, op haar grondvesten schudden, maar ook symboliseerde de machtsoverdracht het aftreden van diegenen die Generaal Augusto Pinochet in 1990 hadden verslagen en het aantreden van de aanhangers van het toenmalige regime. Behalve de eerder genoemde naschokken vonden er geen noemenswaardige gebeurtenissen plaats tijdens de ceremonie, wat aantoont dat de Chileense democratie stabiel is, ongeacht de politieke kleur van de regering.

Een derde van Chili's grondgebied was getroffen door de aardbeving van februari. Met de feestelijkheden van september in het vooruitzicht legde het land zich toe op de wederopbouw, gesteund door optimistische economische analyses die aantoonde dat Chili, ondanks de gevolgen van de aardbeving, langzaam uit de economische crisis geraakte.

Maar de viering van het tweehonderdjarig bestaan (Bicentenario) werd nog verder verstoord toen 33 mijnwerkers vast kwamen te zitten in een ingestorte mijnschacht. Deze nieuwe gebeurtenis maakte dat velen zich afvroegen waarom het land de ene na de andere tragedie te verwerken kreeg. Tegen de verwachting in had de ramp echter

een positieve afloop daar na een weken durende reddingsoperatie alle 33 mijnwerkers konden worden gered. Bovendien kreeg het land internationale media-aandacht tijdens de 18 september viering, niet alleen vanwege het tweehonderjarig bestaan maar ook omdat de redding van de mijnwerkers wereldwijd één van de meest indrukwekkende gebeurtenissen van het jaar bleek te zijn.

In het licht van deze gebeurtenissen kan 2010 worden bestempeld als een historisch bepalend jaar, geschikt om in een kort tijds kader een aantal kenmerken van de Chileense cultuur en geschiedenis te analyseren. Wat betreft de laatste vier decennia Chileense geschiedenis – van 1973 tot 2010 – is het jaar van het tweehonderdjarige bestaan een afspiegeling van de veranderingen die het land heeft ondergaan sinds de invoering van de markteconomie halverwege de jaren '70. In tegenstelling tot 1910, het jaar waarin Chili een eeuw onafhankelijkheid van Spanje vierde, stonden in 2010 de materiële en culturele veranderingen die het land doormaakte sinds de invoering van het neoliberalisme voorop. Deze gebeurtenis maakte, zoals sommige auteurs beargumenteren, de weg vrij voor één van de meest vergaande hervormingen in de Chileense geschiedenis ooit. Dit verklaart dat in 2010 de verbeterde welvaart van het land werd genoemd als de voornaamste drijfveer voor nationale trots, terwijl in 1910 nog institutionele stabiliteit en gehoozaamheid aan de wet werden geroemd als kenmerken van de Chileense identiteit.

Hoewel de aardbeving van februari grote schade had aangebracht aan de infrastructuur, was honderd dagen later 94 procent van de ingestorte wegen en publieke gebouwen herbouwd. Deze snelle wederopbouw werd gezien als bewijs van de efficiëntie, de bestuurlijke capaciteit en de verbeterde economische middelen van het land. De eerdergenoemde redding van de 33 mijnwerkers had een soortgelijk effect. Tijdens de wekenlange reddingsoperatie waren de Chilenen getuige van goed bestuur, van betrokkenheid en doorzettingsvermogen, en van een onontputtelijke bron aan economische middelen en technisch materieel. Als de mijnramp een paar decennia geleden had plaatsgevonden, was Chili hoogstwaarschijnlijk niet in staat geweest om de kompels te bevrijden.

Bij het bestuderen van Chili's neo-liberale evolutie wordt in het bijzonder aandacht besteed aan de volgende drie onderwerpen: nationale identiteit, sociaal-culturele veranderingen – ten gevolge van politieke en economische gebeurtenissen – en het proces van *nation-branding*. Het onderzoek baseert zich op een diepgaande analyse van het huidige Chili waarbij in elk hoofdstuk een specifieke periode aan bod komt die als bepalend wordt gezien voor de ontwikkeling van het land. De inspiratiebron

voor het onderzoek was de wens om inzicht te verkrijgen in de wijze waarop Chili's identiteit, maatschappij, cultuur, zelfbeeld en ook internationale reputatie zich hebben ontwikkeld door de eeuwen heen en zich uiteindelijk hebben aangepast aan de komst van een moderne consumentenmaatschappij. Hierbij werd een nieuwe invalshoek gekozen, waarbij de nadruk ligt op de wijze waarop het 'merk' Chili tot stand wordt gebracht, oftewel hoe Chili zich presenteert als land.

Hoewel staten altijd hebben geprobeerd een positieve internationale reputatie op te bouwen, is het pas vanaf de jaren '70 van de vorige eeuw – toen een nieuwe golf van liberalisme wereldwijde euforie voortbracht – dat landen op grotere schaal investeren in een imago van 'goed bestuur'. Deze landen leggen zich vanwege commerciële doeleinden toe op de ontwikkeling van een merknaam om zo een sterkere concurrentiepositie te creëren in een steeds competitiever wordende internationale markt. Vanaf begin jaren '90 wordt ook in academische kring op grotere schaal aandacht besteed aan dit verschijnsel. Sinds de eeuwwisseling is het aantal publicaties over *nation-branding* aanzienlijk toegenomen.

Hoewel het concept onmiskenbaar gerelateerd is aan marketing, heeft het ook politieke – en dan voornamelijk diplomatieke – doeleinden zoals staatsvorming, internationale betrekkingen en het gebruik van *soft power* als pressiemiddel. Als onderzoeksveld biedt *nation-branding* waardevolle inzichten in de identiteit van een land, in dit geval Chili. Aan de hand ervan kan worden geanalyseerd hoe Chilenen zichzelf zien en hoe het land door de jaren heen, en met name sinds de invoering van het neoliberalisme, zich naar buiten toe heeft gepresenteerd. Hoewel deze dissertatie niet per definitie gewijd is aan een analyse van *nation-branding*, was het concept wel een leidraad, een waardevol hulpmiddel om de reeds genoemde inspiratiebron van dit onderzoek te interpreteren, namelijk: hoe Chili zich in sociaal, cultureel, politiek en economisch opzicht heeft ontwikkeld in de twee eeuwen van zijn bestaan als soevereine republiek.

Zoals al eerder aangegeven, richt het onderzoek zich op drie thema's: 1) de veranderende identiteit van het land naarmate traditionele elementen plaatsmaken voor nieuwe fenomenen; 2) sociaal-culturele ontwikkelingen, waaronder een mentaliteitsverandering en toenemende sociale mobiliteit; en 3) Chili's inspanningen op het gebied van *nation-branding*. De keuze voor deze drie thema's als de pijlers van het onderzoek laat zich verklaren door een aantal motieven.

In de eerste plaats kunnen deze thema's worden benaderd vanuit een multidisciplinair perspectief, waarbij de nadruk ligt op geschiedenis, sociologie, politieke wetenschap en journalistiek. Aangezien de betreffende periode – vanaf de militaire coup van 1973 tot 2010, het jaar van het tweehonderdjarig bestaan – zo veelbewogen en uitermate bepalend was voor Chili's transformatie, is een combinatie van academische disciplines nodig om deze periode zo volledig mogelijk te analyseren en een beter inzicht te krijgen in de gebeurtenissen van de afgelopen vier decennia.

Ten tweede maakte het onderzoek naar deze specifieke combinatie van thema's het mogelijk voor de auteur – een universitair opgeleide journaliste – om de huidige gebeurtenissen in Chili te analyseren met behulp van journalistieke data en tegelijkertijd diepgang te creëren door het gebruik van historische, sociologische en politieke bronnen. Ten derde zijn de eerder genoemde concepten onderling zo sterk verbonden dat het vrijwel onmogelijk is om een duidelijk onderscheid te maken tussen identiteit, nationaal (zelf)beeld en sociaal-culturele verandering. Hoewel in het onderzoek geprobeerd wordt dit onderscheid wel te maken zodat de concepten ook afzonderlijk kunnen worden bestudeerd, is het niet de bedoeling een beeld te scheppen van op zichzelf staande werkelijkheden. In tegendeel, het feit dat deze concepten zo nauw met elkaar verbonden zijn en op elkaar inspelen, toont aan dat het gaat om een in beweging zijnde maatschappij waarin verschillende realiteiten samenkomen. Daarnaast is het verschil tussen zelfbeeld en identiteit of tussen identiteit en culturele verandering zo subtiel dat deze concepten niet zonder meer van elkaar kunnen worden onderscheiden.

Ten slotte kunnen dankzij de driepijlerbenadering zowel permanente factoren van de Chileense cultuur en geschiedenis worden bestudeerd als meer recentere fenomenen. Hoewel Chili een soort van revolutie heeft ondergaan, heeft het land namelijk veel van zijn oorspronkelijke kenmerken behouden. Zo kunnen in de Chileense maatschappij nog altijd elementen uit de beginperiode van het staatsvormingsproces worden teruggevonden: aspecten die door de eeuwen heen in stand zijn gehouden en tot op de dag van vandaag deel uitmaken van de Chileense identiteit.

Nation-branding is een polemisch concept. Sommige auteurs beargumenteren dat het creëren van een merknaam voor een land niet meer is dan marketing en daarom afdoet aan de waardigheid van naties. Niettemin is het door meerdere landen succesvol toegepast. Hoewel onmiskenbaar gerelateerd aan commercie en marketing, houdt de discipline ook verband met enkele onderzoeksvelden binnen de sociale wetenschappen. Bovendien wordt *nation-branding* als politieke strategie gebruikt, bijvoorbeeld in het proces van staatsvorming en bij het vormgeven van een nationale identiteit.

Het creëren van een merknaam voor een land heeft daarnaast ook te maken met internationale betrekkingen en nationale ontwikkeling. Het bevorderen en uitdragen van de goede reputatie van een land – wat *nation-branding* in grote lijnen is – houdt niet slechts verband met verkoop-georiënteerde publiciteit. Zoals het onderzoek naar Chili's *nation-branding* laat zien, is dit proces ook gerelateerd aan niet-commerciële aspecten zoals het versterken van de nationale identiteit en de studie naar sociaal-culturele veranderingen.

Met het oog op de inspanningen die het land levert om zijn internationale reputatie te verbeteren, kan worden vastgesteld dat het gebruik van Chili als nationale 'merknaam' ook invloed heeft op het zelfbeeld van zijn burgers. Zoals eerder aangegeven, houdt de reputatie van een land doorgaans gelijke tred met de identiteit en sociaal-culturele kenmerken ervan. Zelfbeeld en identiteit kunnen dan ook worden versterkt door *nation-branding* daar voor het construeren van een nationaal imago historische gebeurtenissen, sociaal-psychologische eigenschappen en nationale normen en waarden worden uitgelicht. Bovendien heeft alleen al het benadrukken van aspecten van de nationaliteit, om deze vervolgens te 'exporteren', een positief effect op de vorming van een nationale identiteit.

Aan de hand van de hier gepresenteerde analyse kan worden vastgesteld dat Chili in staat is geweest om een positief imago – dat van een moderne, efficiënte en betrouwbare staat – te creëren dankzij twee factoren. Ten eerste de politieke en sociale geschiedenis van het land die door de eeuwen heen de ontwikkeling van een stabiele, orderlijke rechtsstaat mogelijk heeft gemaakt. En ten tweede de invoering van een markteconomie die Chili op de weg naar sociaal-economische ontwikkeling en culturele evolutie heeft gezet in navolging van economische grootmachten als Europa, Noord-Amerika en enkele Aziatische naties.

De komst van het neoliberalisme heeft echter ook tot verdeeldheid geleid met betrekking tot het soort samenleving dat Chili vertegenwoordigt. Hoewel een meerderheid van de Chilenen baat heeft gehad bij de economische ontwikkeling van het land, leeft nog altijd een belangrijk deel van de bevolking in armoede. Dit veroorzaakt bittere tegenstellingen. Enerzijds een aanzienlijk segment van de samenleving dat zich heeft ontwikkeld tot middenklasse, anderzijds een aanhoudende sociale ongelijkheid die direct wordt geassocieerd met de invoering van het neoliberalisme. Toegejuicht door sommigen en veroordeeld door anderen die het als inhumain beschouwen dat het consumisme en het marktdenken doordringen tot in alle aspecten van het leven, heeft het neoliberalisme hoe dan ook zijn invloed doen gelden op de Chileense identiteit.

In plaats van het land te verenigen, heeft het proces van *nation-branding* – gericht op het promoten van een liberaal Chili – duidelijk gemaakt dat er twee visies op Chili bestaan. Terwijl een deel van de bevolking meent dat Chili een voorbeeld is van sociaal-economisch succes, voelt een ander deel zich eerder beschaamd over het neoliberale karakter van de ontwikkeling van het land.

Deze tegenstrijdige gevoelens als gevolg van Chili's *nation-branding* proces doen zich ook voor met betrekking tot de internationale positie en het imago van het land. De geschiedenis van Chili wordt door internationale organisaties vaak genoemd als een succesverhaal, een rolmodel in politieke en economische zin. De soepel verlopen terugkeer naar democratie, in combinatie met de snelle modernisering van het land en internationale erkenning, heeft bij veel Chilenen een gevoel van nationale trots opgeroepen en verder bijgedragen aan het historische zelfbeeld een uitzondering te zijn binnen de regio. Een deel van de Chilenen meent dat men deze winnaarsmentaliteit hoog dient te houden en dat het beeld van Chili als een goed land binnen een slechte regio moet worden gekoesterd. Anderen daarentegen zijn van mening dat het land zijn banden met de rest van Latijns-Amerika moet versterken in plaats van de verschillen met de regio te benadrukken. Chili mag dan internationaal bewonderd worden, het land is niet erg geliefd bij zijn buurlanden. Dit beïnvloedt op negatieve wijze de handels- en bovenal de diplomatieke betrekkingen binnen de regio.

Vier decennia van radicale hervormingen, afgewisseld met enkele ingrijpende terugvallen, hebben ertoe geleid dat Chili van één van de meest traditionele Latijns-Amerikaanse landen is veranderd in een moderne consumentenmaatschappij met stabiele en goed functionerende democratische instituties. De hervormingen ingevoerd onder het militaire regime zijn voortgezet door de opvolgende Concertación regeringen, alhoewel met enkele fundamentele aanpassingen. De belangrijkste hiervan zijn waarschijnlijk de herinvoering van de democratie en het creëren van een 'sociale markteconomie'. Het proefschrift richt zich op het bestuderen van deze hervormingen uitgaande van het standpunt dat het neoliberalisme één van de belangrijkste factoren voor verandering is geweest. Een tweede factor, of *agent of change*, zijn Chili's linkse politieke partijen die – met de val van het socialisme en na enkele jaren in ballingschap te hebben geleefd – hun sociaal-economische standpunten hebben veranderd, onder andere door democratie en economische vrijheid op te nemen in hun basisprincipes. Ten slotte heeft een hervormd politiek rechts haar dogmatische kijk op economisch en politiek bestuur ingeruild voor een hernieuwd vertrouwen in democratie.

De gebeurtenissen uit 2010 illustreren hoe Chili zich heeft ontwikkeld in sociaal, cultureel, politiek en economisch opzicht nu dat het land zijn tweehonderdjarig bestaan heeft gevierd en een derde eeuw van onafhankelijkheid is ingegaan. De aardbeving van februari, de beëdiging van een centrum-rechtse President in maart, de indrukwekkende reddingsoperatie van de mijnwerkers en de viering van het *Bicentenario*, laten zien dat Chili in veel opzichten hetzelfde is gebleven maar tegelijkertijd ook dramatisch is veranderd. De eindconclusie van het proefschrift met betrekking tot de vraag hoe Chili's identiteit, maatschappij, cultuur, zelfbeeld en internationale imago zich door de eeuwen heen hebben gevormd en hoe zij deels veranderden, deels hetzelfde bleven na de gebeurtenissen van 1973, is dat Chili een land in wording is. Hoewel een totale terugkeer naar het moment van vóór de invoering van de moderne consumentenmaatschappij onwaarschijnlijk is, bestaat er nog voldoende ruimte voor verandering.

