

Como México no hay dos

(Curso veloz para entender las fotografías de Martin Parr)

Rogelio Villarreal

La verdad está allá afuera.

The X Files

I. *Charros metrosexuales e indios que hablan inglés*

“Yo vengo del estado más mexicano de este país.” Con este aserto, palabras más o menos, empezó su discurso en el Palacio de Bellas Artes de la Ciudad de México el popular cantante jalisciense Alejandro Fernández (el primer “charro metrosexual”), durante los festejos de Celebremos México, una estridente y fastuosa campaña mediática concebida a mediados del 2005 para convencer a los mexicanos de sentirse orgullosos nomás por el hecho de haber nacido en esta tierra. No dijo, por supuesto, que se trata de un país envilecido y engañado por empresarios y políticos corruptos (¿han visto los noticiarios últimamente?). Orgullosa, “el Potrillo” también aseveró ante el público telespectador de Tijuana a Cancún que “Nuestra sangre es la más buena y la más caliente del mundo”. Vaya. ¿Qué habrán pensado los circunspectos habitantes de las costas guerrerenses y veracruzanas: que su sangre no es más caliente por no haber nacido en Jalisco? ¿Qué pensarían, más allá de nuestras fronteras, los sobrios cubanos o los flemáticos marroquíes? El riesgo del nacionalismo es que invariablemente se acaba por menospreciar a todos los demás pueblos de la Tierra (ciertamente no tan buenos y hospitalarios como el nuestro).

Otra artista (en México se les llama *artistas* a los que cantan y bailan en la televisión), justamente indignada por la amenazante construcción de un muro en la frontera entre Estados Unidos y México, declaró a los diarios: “Si levantan este muro, que el Tío Sam también se lleve sus hamburguesas, que también hacen mucho daño, están llenas de colesterol. Que en su lugar se pongan más tamalerías; eso, además, incrementaría la economía nacional”. El divertido despropósito es de la hermosa

actriz pero fallida nutrióloga y economista Vanessa Bauche, la estrella de *Amores perros* (¿La viste, Martín? Es una película que conmocionó al mundo entero por el espectacular choque entre dos autos en las calles de la Ciudad de México, ¡igual que en las películas de Hollywood!) Al parecer, los “artistas” mexicanos se especializan en emitir declaraciones insólitas, como esta otra de Susana Zabaleta: “Los artistas somos más sensibles, somos de vibras, estamos llenos de pasión... de arranques, de locuras...”, un axioma que discrimina y priva automáticamente de tan excitantes virtudes a los mortales comunes, tan aburridos y racionales como los taxistas, las empleadas del supermercado, los campesinos o los cirujanos.¹

Bien, pongámonos serios. También existe gente pensante, como el filósofo hispano-mexicano Luis Villoro, que cree que los diferendos entre unos mexicanos y otros —los indios y nosotros— deben salvarse volviendo a las arcaicas formas de la democracia comunitaria, a la utopía de la asamblea y el voto directo.² A la disolución de los derechos individuales, nada menos. (Precisamente lo mismo por lo que se levantó en armas el viejo subcomandante Marcos.) En el fondo de esta propuesta subyace, de un lado, la convicción de que los indios, su cosmogonía y sus maneras de organizarse son superiores —moralmente, sobre todo— a las nuestras (las de urbanomestizos, criollos e inmigrantes) y, del otro, el desprecio por la democracia y el igualitarismo liberales. Ay, Paz, ¿dónde estás cuando más te necesitamos?

Las expresiones anteriores (las de los “artistas” y la del respetado intelectual) son aspectos de una misma realidad esquizoide: por un lado, Mr. Parr, está la ilusión de un país feliz y pujante, que lucha contra las adversidades, con millones de teleadictos que siguen religiosamente las mezquinas hazañas de los héroes instantáneos de la televisión; pendientes, cerveza en mano, de los triunfos —de las derrotas, quiero decir— de los equipos regionales de soccer y de la selección nacional y, cómo no, devotos a ultranza de la versión mexicana de la madre de Cristo: la Virgen de Guadalupe (el invento más efectivo de los colonizadores españoles del siglo XVI: importada de la Sierra Morena al cerro del Tepeyac, la virgen morena, transustanciación de la Tonantzin mexicana, pronto se convirtió en la madre protectora de los indios explotados y desprotegidos, verdadera catalizadora de la emergente

nacionalidad mexicana). Así, el México mágico y feliz es el país de la televisión, a la que el ubicuo y mediático escritor Carlos Monsiváis develara alguna vez como la verdadera secretaria de educación pública.³

Ése es el mismo México del desempleo, la miseria y la escasa competitividad en el mercado mundial. Del analfabetismo, la corrupción y la impunidad. El de la contaminación y la devastación de los recursos naturales. El de narcotraficantes más poderosos que las fuerzas del Estado. El de incontables mujeres y periodistas asesinados. El de la marginación de los indios, a quienes los conservadores intelectuales de izquierda quieren reivindicar después de 500 años de sojuzgamiento (aunque algunos pueblos mesoamericanos ya estaban cruelmente avasallados por los fieros aztecas).

Sin embargo, los indios no son los mismos de antes. Lejos de aparecer estáticas e inmutables como en las fotografías de los antropólogos, las poblaciones indígenas originarias han sufrido cambios drásticos y asimilado sucesivas influencias desde los remotos tiempos de la conquista. La mayoría viste ropas occidentales y le reza desde hace siglos a los santos cristianos. Muchos cambian su lengua por el español y emigran a las tierras del norte en busca del trabajo que escasea en su país. Van y vienen y apuntalan con sus dólares la endeble economía nacional y construyen casas con antenas parabólicas y, por lo visto, lucen felices con sus cachuchas con logos de Coca Cola, Nike, 49ers y Miami Dolphins y estampas de la Virgencita y de USA —si hemos de creerle a las fotos de Martin Parr. Así es, los indios, esos míticos depositarios de nuestras raíces, no parecen demostrar el menor sentimiento antigriego, como sí lo hacen los “artistas” y los intelectuales y políticos que los defienden (mientras no truequen su indumentaria típica por playeras, tenis y jeans). Muchos, cada vez más, dejan de ser indios y se vuelven mexicanos —muy a pesar de los deseos de algunos intelectuales y defensores profesionales de sus derechos—, como (casi) todos los demás —o “americanos”, si acaso ya cruzaron al otro lado.⁴

Del México mágico al México profundo y bárbaro. Totalmente mediatizado, en México confluyen varios países amalgamados a sangre y fuego a los que los gobiernos surgidos sucesivamente de la Independencia, la Reforma y la Revolución impusieron

bandera, himno e ideología (la religión fue cortesía de la corona española). A pesar de las enormes diferencias culturales entre los habitantes de las distintas regiones de la república, los mexicanos tienen la misma historia y los mismos héroes (aunque los desconozcan), el mismo credo (aunque no lo profesen o lo abandonen por otro similar) y los mismos ideales (los cuales varían un poco dependiendo del partido por el que voten). Visten más o menos igual (con diferentes marcas y precios) y hablan el mismo Basic Spanish I inventado por la televisión (que también los provee del horrendo reggaetón y penosas baladas de amor). Un país de países extenso, rico, devastado y complejo al que los turistas –y millones de otros mexicanos como empresarios, políticos, burócratas– sólo pueden mirar desde la superficie.

Los prejuicios, la superstición, el dogmatismo y el fanatismo son fenómenos sociales. Hay culturas que los fomentan y protegen.

José Antonio Marina, *La inteligencia fracasada*

II. *Los colores de la globalización*

Como Tailandia no hay dos, podrían afirmar sin rubor los tailandeses acerca de su propia patria, tan colorida, sabrosa y estridente. Y los indios de la India también. Además, los chinos y los brasileños podrían decir exactamente lo mismo. Si viajáramos a esas tierras no tardaríamos en sucumbir ante la inmensa variedad de colores, sabores, sonidos y tradiciones que perviven y se renuevan en ellos. Tan ricos o más que los nuestros y en ocasiones de raíces mucho más añejas que las prehispánicas. Tampoco dejaríamos de observar la manera tan sorprendente y divertida en que se ayuntan con manifestaciones exóticas provenientes de otros países, sobre todo de la Unión Americana (un país, por cierto, también de gran riqueza y variedad).

El fenómeno de la globalización no es reciente, como suponen los manifestantes callejeros,⁵ sino uno que comenzó hace cuarenta mil años, cuando los primeros hombres abandonaron las llanuras africanas para poblar el mundo. Desde entonces unos grupos han corrido con mejor suerte que otros. Muchos fueron

sometidos y otros crearon imperios. Los imperios se desplomaron y en su lugar nacieron las democracias (algunas muy rapaces) y los Estados totalitarios (peores aún, como el de los chinos comunistas neoliberales). Hoy existen naciones grandes y poderosas que predominan en el mercado mundial e imponen normas y productos que se asimilan de maneras específicas en otras menos fuertes. Así, los productos estadounidenses (autos, películas, música pop, series de televisión, aparatos electrónicos y electrodomésticos, computadoras, ropa, juguetes) gustan en casi todo el planeta, pero a su vez el mercado de esa nación consume productos —y mano de obra— de casi todos los demás países. Y así será durante varios siglos más, a menos que haya una guerra nuclear —lo cual no quiere decir que eventualmente no puedan ajustarse las reglas para que el intercambio sea menos desventajoso para algunos.

Todo esto Martin Parr lo intuye (escribo esto viendo sus fotos). Puede aventurarse que él advirtió mucho más que la superficie en su tránsito por los distintos países del territorio mexicano, de Tijuana a Chichén Itzá. Como lo hicieron sus nobles antecesores D.H. Lawrence (*La serpiente emplumada*, 1926) y Malcolm Lowry (*Bajo el volcán*, 1947). Parr sabe que no hay culturas auténticas o puras, que todas son producto de un largo mestizaje (los ingleses, por ejemplo, descienden de los celtas, los sajones, los normandos y los pakistanos, entre otros pueblos) y que los mexicanos de hoy no son iguales a los de hace cuatro siglos y que los del futuro, digamos dentro de unos trescientos años, serán ya irreconocibles y quizá hayan sobrevivido al catolicismo, a la burocracia y a los tacos de suadero y tripa.

Las extremadamente irónicas imágenes de Parr captadas en su periplo mexicano hablan no solamente de los efectos de la globalización, sino de la idiosincrasia y la identidad nacional —forjada ésta desde las oficinas oficiales y desde las televisoras en vísperas de la Copa del Mundo (si no, ¿a qué tanto verde, blanco y rojo?). Podrían ser las fotografías tomadas por un humorista (recuérdese a los grandes humoristas británicos —incluyendo a los irlandeses—, de Jonathan Swift y George Bernard Shaw a Benny Hill y Monty Python) o por un crítico de los estereotipos chovinistas. Lo son. Parr es un crítico y un humorista y su cámara un salvoconducto. (Por eso no importa si es inglés o guatemalteco: ¿sabe usted cuántos mexicanos hay

por el mundo tomando fotos a diestra y siniestra en estos momentos?) La mirada chocarrera de Parr detecta los clichés ahí donde éstos se le aparecen —y en México se encuentran a cada dos metros. Al remarcarlos una vez y otra los clichés acaban por volverse bromas graciosas o pesadas. ¿Eso somos los mexicanos? Sí y no, eso depende de si se vive en Tlaquepaque y hace jericallas para venderlas en el mercado o de si se hornean donas radioactivas y se ofrecen en la calle a dos pesos. No es lo mismo vivir en Tijuana que en Acapulco o la Ciudad de México (ni en Lomas Taurinas que en Interlomas). La clase social, la educación y la cultura determinan el grado de kitsch que se puede lograr (los inmensamente ricos son capaces del peor mal gusto, como lo demostró Daniela Rossell en su apabullante libro *Ricas y famosas*).

La mirada de Parr es particularmente incisiva en la calle y con los personajes que encarnan lo que vagamente conocemos como “cultura popular”: ya saben: la magia de Mickey Mouse contra la del todopoderoso Jesucristo, el burrito de *Shrek* junto a caballitos típicos de los pueblos del Bajío, músicos populares, hombres araña y muñecos de *Rugrats* en yeso, vírgenes y más vírgenes de Guadalupe y un ejército de cristos de yeso en todos los tamaños (al fondo un McDonald’s), pirámides, descoloridas patas de pollo, cocacolas. Iguanas impasibles mientras turistas de fofa anatomía y camisas multicolores no se cansan de tomar siempre la misma postal. Ratones de chocolate. Los festejos de Halloween y del Día de Muertos se engastan promiscuamente en el panteón (con Bob Esponja flotando sobre las lápidas), calaveras de azúcar y amaranto: ya saben: el dizque eterno romance del mexicano con la muerte. Un muchacho con una computadora lleva una playera con la imagen del Che Guevara, anunciando su propia revolución digital. (¡Saludos a Pedro Meyer!) Teléfonos celulares, plátanos con miel, altares y ofrendas. Moños, banderas, sombreros. Salsas de todos los colores y sabores y un Niño Dios en oferta (165 pesos) y otro real —tan encobijado que parece un tamal— dormido con el biberón en la boca y dos barquillos de malvavisco vigilando su sueño. Maniquíes resquebrajados y sonrientes.

Nada que no hayamos visto antes. Sin embargo, los hallazgos de Parr parecen nuevos, como si quisiera decirnos: Miren, también “lo mexicano” puede ser retratado así. Cómo no reírse ante la jocosa imagen de la rana amenizando con su órgano la

lúgubre Última Cena. O sentir un poco de pena por ese añoso sahuaro con infames letreros oxidados clavados en su tronco. Quizá algunos puedan incomodarse por estas fotografías (pienso en el mohín de Vanessa Bauche al ver la foto de la mexicanísima hamburguesa hecha con pan salpicado de ajonjolí y seguramente con rajas de jalapeño en su interior, debidamente envuelta en plástico, ese material sintético tan del gusto de los mexicanos), sin embargo, son escenas extraídas y editadas de la realidad por un fotógrafo inglés que lo que menos pretende es hacer un tratado sobre “lo mexicano”, sino apenas echar un vistazo relajado y capcioso.

Lejos de caer en la complacencia o de querer romantizar la realidad mexicana, Martin Parr muestra casi impudicamente lo simpático y lo odioso de nuestros personajes, el producto histórico de nuestra cultura: el atraso y el progreso. He aquí lo popular: un mezcla de lo auténtico con lo impuesto y pervertido (¿cuál es cuál?); la influencia de la política, el mercado, la TV y la religión; lo sagrado y lo profano durmiendo juntos. Lo sometido y lo liberado por medio de la burla y el ingenio (si no podemos ser ciudadanos, por lo menos echemos desmadre). Lo dramático y lo pintoresco. ¿Dónde termina lo folclórico y empieza lo grotesco? Nuestra caricatura o nuestra verdadera esencia, o las dos cosas. Quizá todos los mexicanos estemos retratados en estas fotografías... ¿Alguien quiere decir algo? Felicidades, Mr. Parr.

Notas

1 Las declaraciones de Vanessa Bauche y de Susana Zabaleta están tomadas del diario *Público* (Guadalajara, 22 y 26 de febrero de 2006, respectivamente). A propósito de hamburguesas y nacionalismo charro, McDonald's es una franquicia cuyos establecimientos en México tienen por dueños a empresarios y trabajadores mexicanos, y todos sus insumos son comprados en México (empezando por el mexicanísimo pan Bimbo, la salsa verde y la carne), con excepción de la papa (porque México no es el mejor productor de papa al mejor precio). En cambio, en cualquier puesto de tacos la mayoría de los insumos vienen de Estados Unidos: tortillas hechas con maíz para cerdos de Nebraska y hasta los mismos cerdos, vía TLC, o barbacoa congelada durante meses o años de Australia, etcétera. Es verdad que McDonald's paga poco a sus empleados, pero ¿en cuántos puestos de antojitos y del mercado les pagarán más a los chalanes?, además ¿quién establece los salarios mínimos y las leyes laborales en México? Los políticos, que son bien mexicanos. (Es divertido ver cómo muchos antropólogos no hace mucho se desgarraron las vestiduras porque el chile en nogada, el mole poblano y toda la gastronomía nacional no fue declarada patrimonio de la humanidad por la Unesco. Caray, si esa aberración se

hubiera aprobado al rato todas las culinarias del planeta merecerían también ser tratadas de igual manera.)

2 Las opiniones de Luis Villoro pueden leerse en la revista *Nexos* no. 336, “La izquierda frente al espejo de la ley (y la democracia)”, México, diciembre de 2005. Villoro, como el subcomandante Marcos, prefiere soslayar que los “usos y costumbres” indígenas en Chiapas y otras regiones permiten el intercambio de seres humanos por unos cuantos litros de alcohol y el linchamiento cada año de decenas de personas. Esos arrebatos nacionalistas y de corte fundamentalista han llegado a absurdos como el del famoso artista Francisco Toledo, quien se ha erigido en el gran cardenal de la defensa de la pureza nacional para impedir que se construyera en Oaxaca una tienda Sanborns, arguyendo que eso es ir contra los principios de la identidad oaxaqueña. Las tiendas Sanborns, nos guste o no, llevan libros y revistas a lugares en los que no hay librerías ni otra manera de conseguirlos. Es paradójico que Toledo diga que esas tiendas conducen a la transnacionalización cultural y que son producto del imperialismo cultural estadounidense, cuando el exitoso pintor vende sus carísimos cuadros en Estados Unidos y en Francia. A propósito de mitificación indigenista, el nuevo canciller boliviano David Choquehuanca declaró en el programa de TV de Andrés Oppenheimer que sus antepasados aimaras vivían doscientos años “o más” gracias a su alimentación y conocimientos medicinales, y que sus abuelas no necesitan ir al dentista. También declaró: “No conozco mucho sobre relaciones internacionales”, pero añadió que sí sabe de “relaciones hombre-naturaleza, que es el sello que pretendo imprimirle a la diplomacia boliviana” (*El Mercurio*, 26 de febrero de 2006). Recuérdese también el caso de la construcción de una tienda Wal Mart frente a Teotihuacan, cuando una parte de la población estuvo de acuerdo con eso y otra no.

3 Por cierto, ¿qué sería de Carlos Monsiváis y su personificación del intelectual por antonomasia sin la televisión, de la cual es un activo fijo en la programación habitual de Televisa? Es común que el intelectual de los intelectuales aparezca en TV, ya sea con Héctor Aguilar Camín, Joaquín López Doriga, Trujillo o el Burro Van Rankin y en tantos programas que requieren sus ironías en el Canal 22, en el 11, etcétera. Monsiváis dice que no ve televisión, pero publicó hace años el ensayo sobre telenovelas *Aires de familia. Cultura y sociedad en América Latina* (Barcelona: Anagrama, 2000).

4 ¿Por qué en México no hay un sentimiento antichino como sí lo hay antigriego? ¿Porque se supone que son marxistas o comunistas o socialistas o algo así? Setenta por ciento de las compras navideñas en la Ciudad de México se hicieron en la calle, y de ellas 80 por ciento fue mercancía china (contrabandeada al amparo de las autoridades). Los chinos ya manufacturan virgencitas y nacimientos que se venden en la calle a 20 pesos; en Saltillo los chinos casi hacen quebrar a los fabricantes de los multicolores sarapes; en Zacatecas están haciendo lo mismo con los productores de chile, etcétera, y eso que con China no hay TLC.

5 En Brasil y varios países de Asia, por ejemplo, se diseñan y fabrican computadoras y aparatos electrónicos. Quizá hoy en día Japón pese más en el progreso de la tecnología que los propios Estados

Unidos. Confundir la globalización con la “americanización” es otra característica de “lo mexicano”, ya saben: “Tan lejos de Dios y tan cerca de los Estados Unidos”.

—Agradezco muy sinceramente a Alberto Sánchez Allred, Antulio Sánchez, Lilián Solórzano, Héctor Villarreal y Ari Volovich sus comentarios a este texto. R.V.

--

Rogelio Villarreal es autor de *El dilema de Bukowski* (2004) y director editorial de la revista *Replicante*.