

## CAPÍTULO I

### LA CULTURA COMO ESPECTÁCULO

La influencia de lo universal y la resistencia y fuerza de lo particular. Son dos caras de la moneda, de los actuales procesos culturales, resultado de una lucha a muerte que se expresa de múltiples maneras y formas, entre la identidad y la diferencia (Appadurai 2001:56), en el marco de un escenario caracterizado por terribles dislocaciones entre los distintos tipos de flujos globales y los inciertos paisajes que surgen de tales dislocaciones.

Ante este escenario planteado, debemos analizar qué papel juega el Estado Nación para aprovechar las dinámicas que se están presentando en el escenario cultural. Debemos decir que instituciones, como son las ferias mundiales y los museos nacionales, tienen un papel crucial para demostrar la sólida presencia de lo que en realidad son entidades sociales bastante recientes, y en establecer las líneas materiales de un desarrollo orgánico de la nación política a la nación cultural<sup>1</sup>.

Sabemos que la nación es producto del capital internacional<sup>2</sup>, por lo que las diferencias entre las naciones, son producidas y marcadas de la misma manera que

---

<sup>1</sup> Algunos autores consideran que la nación cultural es el antecesor de el Estado nación político. Hablan de que a partir del romanticismo alemán del siglo XVIII, se genera la idea de que una comunidad que comparte una historia cultural específica le trasmite un espíritu particular a la nación; lo cual es identificado como "carácter nacional". Este espíritu se expresa en sus particularidades, lenguaje y producción cultural. Lo cual era entendido como la manifestación externa de de las características raciales esenciales. Por lo anterior, algunos autores señalan que la legitimidad de los nuevos Estados nación depende en gran medida de sus posibilidades para demostrar continuidades culturales con el pasado, de naturalizar los lazos entre las unidades territoriales, políticas y culturales.

<sup>2</sup>Una vez establecido que los Estados Nación se encuentran envueltos en el proceso de mercantilizarse así mismos a través de la producción de imágenes particulares, se vuelve más sencillo entender la dinámica existente entre los Estados Nación y las compañías multinacionales. A principios del siglo XXI es posible observar que la Nación también es producto del capital internacional. Diferenciada, producidas y etiquetadas de la misma forma que otros bienes de consumo, las naciones pueden incluso adquirir una determinada marca identitária que puede ser utilizada para la venta de un producto (Harvey 1996:115).

otros bienes de consumo (Harvey 1996:114; ver Lofgren 1993). Las naciones pueden obtener un tipo de marca que las identifique y que puede, y es utilizada para vender otros productos.

El colapso de las barreras espaciales, que trae consigo la época actual, no significa que la importancia y significado del espacio estén decreciendo. Las altas condiciones de competencia en los momentos de crisis han obligado al capitalismo a poner mucha más atención a las ventajas relativas de lugares específicos (Harvey 1989:294); precisamente porque el disminuir las barreras espaciales ha dado a los capitalistas la oportunidad de poder explotar la mínima diferenciación espacial.

Por lo que hoy en día los Estados Nación necesitan saber comercializarse a sí mismos, sabiéndose parte de un mercado saturado deben proyectar una esencia y transgredir un género (Harvey 1996:115). Por lo que las identidades son utilizadas para vender cualquier producto que sepa tomar ventaja de esta imagen que está siendo proyectada. Así los gobiernos se coluden con los intereses del mercado, ya que se involucran en la coordinación de los beneficios económicos que estas actividades generan.

A este respecto México tiene la ventaja, al igual que muchos otros países que la han sabido explotar, de poder ofrecer una “otredad cultural” al mercado. Los totonacos son “mexicanos” y “veracruzanos”, sus manifestaciones culturales y sus “originalidades” no pueden ser observadas en ningún otro lugar, por lo que los organizadores, que conocen la demanda, pueden ofrecer una ventaja segura a los inversionistas. Tal es el caso del festival Cumbre Tajín que busca posicionar a México dentro del mercado de los bienes exóticos y de los festivales etnográficos.

Las exposiciones dentro de este mercado de bienes exóticos juegan un papel muy importante, ya que reproducen, a un nivel concreto de sentido común, los rasgos esenciales de una sociedad capitalista moderna (Ames 1992:130). El hiper-modernismo, las empresas culturales, las riquezas del pasado e industrias turísticas están encapsuladas bajo esta misma forma (Harvey 1996:22).

Podemos decir que las ferias mundiales han sido siempre acerca de consumo y comercialización. Sin embargo, últimamente se ha producido un cambio de la mercantilización de los bienes, a la mercantilización de los servicios y el concepto de cultura en sí. La dinámica de comercialización, de la que hablo, necesita de la interacción de varios actores; el productor de una exposición necesariamente se involucra con las preocupaciones, deseos y expectativas de su tiempo, pero no trabaja sólo; están las personas con las que él trabaja y la institución que patrocina y contextualiza el festival, finalmente, están estos visitantes, los ciudadanos, los consumidores, el lugar en donde el festival tendrá o no efecto.

La cultura ahora no es simplemente algo que adquirir, sino también algo que experimentar, algo que consumir. Las audiencias son alentadas para interpretar y hacer suyas las culturas regionales, siempre en una búsqueda por lo “exótico”.

Un ejemplo lo tenemos en el taller de tintes naturales de la Cumbre Tajín, en donde grupos de mujeres indígenas de Chamula enseñaron a los turistas, la manera en como se teñía el algodón de forma natural, lo que generó gran interés por parte de la audiencia que pedía al término de la demostración que les fueran vendidos los materiales necesarios para poder llevar a cabo este proceso de tintura en sus respectivas casas.



Figura 2. Mujeres Tzotziles de Chamula Chiapas. Taller de tintes naturales, Parque Temático, marzo 2004.

Esta demostración de lo “exótico que se lleva a cabo dentro de los festivales, produce un sentimiento de reconocimiento en las personas, a través de una exageración de las diferencias alcanzadas mediante la descontextualización y la falta de información (Rydell 1984). Las ferias han sido diseñadas para presentar lo exótico junto con lo tecnológico; para convencer a la gente de lo necesario de las economías imperiales para el progreso general de la humanidad.

La cultura es un recurso estratégico que trae beneficios económicos y políticos muy importantes para el que la pueda explotar, y el Estado lo sabe. La cultura puede ser utilizada como un mecanismo de control que ha probado a lo largo del tiempo su eficacia. ¿Será por esto que tantos grupos distintos se pelean por ser los organizadores y distribuidores de la misma?

#### Los nuevos modelos de festivales culturales: representación o realidad

Los festivales culturales<sup>3</sup> como Cumbre Tajín permiten al espectador experimentar plenamente sin tener responsabilidad, o sin tener que involucrarse demasiado en la temática del evento. Sugieren un cambio dentro del sistema de representaciones de las personas, (Harvey 1996:126) introduciendo imágenes que son reapropiadas por los individuos muchas veces sin conceptualizarlas.

Dentro de este nuevo modelo de festivales los visitantes están interesados en platicar con otros visitantes, en comprar los mapas y las guías de las exposiciones, en hablar con los anfitriones. También puede ser que se enganchen con las irónicas reflexiones sobre la arquitectura, hagan comparaciones en cuanto a la manera en cómo cada participante o cada grupo se muestra a así mismo; comparaciones que pueden volverse el centro de sus conversaciones, el contenido de sus tarjetas postales, el foco en sus fotografías. O en todo caso, nos dirían cómo se divertieron y cómo disfrutaron de las

---

<sup>3</sup> La cultura no es útil cuando la pensamos como una sustancia, es mucho mejor pensarla como una dimensión de los fenómenos, una dimensión que pone atención a la diferencia que resulta de haberse corporizado en un lugar y una situación determinados. Nos permite pensar más en la cultura como una propiedad de individuos y de grupos, como un recurso heurístico que podemos usar para hablar de las diferencias. Appadurai sugiere que tomemos como culturales sólo aquellas diferencias que o bien expresan o bien sientan las bases para la formación y la movilización de identidades de grupo, tanto dentro como fuera de cualquier grupo social en particular (Appadurai 2001:28).

exposiciones, o cómo, ocasionalmente, se sintieron aburridos y regresaron a casa exhaustos, tal vez; pero dudo que regresen pensando: ¿Qué extraño es ver al mundo en una exhibición?

El efecto que tienen las exposiciones, en cuanto a la cantidad de personas que asisten, tiene que ver más con la manera en cómo es entregado el producto, que con su contenido, o con lo que trasmite. Los paisajes son mostrados como instancias de herencia cultural natural alrededor de las historias, productos y símbolos nacionales presentados en la exposición (Harvey 1996:12). La competición entre los participantes por tener más audiencia durante sus exposiciones, es llevada al terreno de lo sensacional y de los efectos tecnológicos (Harvey 1996:3; ver Mitchell 1998), lo que en efecto, en la práctica, diluye las diferencias entre las distintas culturas en términos de los contenidos substanciales de sus presentaciones.

Entre más vistosas fueron las representaciones, estas tuvieron mayor audiencia dentro de la Cumbre. Por ejemplo, esta representación de una danza del Estado de Guerrero por dos niños mulatos, reunió a un gran número de turistas y en especial a fotógrafos y medios de comunicación.



Figura 3. Danzas de la Costa Chica de Guerrero. Cumbre Tajín.

Trasladando lo anterior al caso específico de Cumbre Tajín, debo destacar que existen variaciones con respecto al planteamiento de Harvey en su estudio de las ferias mundiales, en donde los países compiten destacando sobre todo los elementos de diferenciación que poseen. En un festival como Cumbre Tajín, no existe una competencia formal en cuanto a las distintas tradiciones culturales, se maneja, más bien, como un encuentro en donde grupos indígenas totonacos y de otras regiones representan ante los visitantes sus danzas, ceremonias y artesanías; tratan de hacerlo de la manera más vistosa posible, ya que si no lo hacen de una forma que sea atractiva al público, no tendrán suficiente audiencia y los visitantes preferirán otras representaciones en lugar de la suya, lo que puede ocasionar que al año siguiente no sean invitados a participar en el festival, con las repercusiones económicas que esto implica.

En el modelo de representación, la tecnología hace a la cultura más visible permitiendo que haya una mayor relación (Harvey 1996:130). Los efectos tecnológicos y la parafernalia con la que se nos puede presentar una tradición, ayudan a crear un vínculo o un mayor entendimiento del fenómeno a simple vista. Sin embargo, esta misma tecnología hace que perdamos de vista el significado real de la tradición, descontextualizándola por completo y modificándola para que sea del agrado de los consumidores.

Este fenómeno puede ser observado dentro del espectáculo “Luz y Voces del Tajín”, en donde se representa con la mejor tecnología de punta la historia de los constructores de las pirámides del sitio. Durante el recorrido el visitante es llevado mediante la estimulación de sus sentidos a experimentar “un momento en la vida del Tajín”. La sensación que esto producía en los turistas, según pude observar, fue de acercamiento y hasta empatía, ya que el sitio se les había presentado de una forma tal que nunca antes se habían sentido tan cerca de las manifestaciones culturales que ahí observaban.



Figura 4. Pirámide de los Nichos, zona arqueológica del Tajín. Espectáculo “Luz y Voces del Tajín”, marzo 2004.

Los visitantes de las exposiciones están contruidos como individuos simultáneos coherentes y modernos, invitados a identificarse con una región, una nación o un continente, respondiendo a las opciones que tienen frente a ellos. Son invitados a disfrutar de las diferencias y a satisfacer deseos personales (Harvey 1996:134; ver Lyotard 1984). Una visita a un festival, por lo tanto, se vuelve un tipo particular de práctica cultural con implicaciones para la manera en como teorizamos el consumo a principios del siglo XXI.

Otro fenómeno producido en un contexto como es la Cumbre Tajín, es el de la existencia de gran placer, derivado del reconocimiento de la línea entre las posibilidades de lo presentable y lo impresentable, y la simultaneidad de formas que evocan nostalgia y a la vez, abiertamente, confunden la distinción entre lo real y la copia (Harvey 1996:154; ver Lyotard 1984). Participando concientemente en esos escenarios, los visitantes pueden, en un futuro, engañar la noción de una experiencia, al extremo que se vuelve problemático reclamar que el conocimiento es ilusorio.

Se produce por lo tanto un consumo no por la materialidad de los objetos, sino por su diferencia en la evocación o en la simulación de las relaciones y experiencias (Harvey 1996:157; ver Baudrillard 1968), en donde la realidad es menos importante que la significación.



Figura 5. Imagen del espectáculo “Luz y Voces del Tajín”, representación del ritual de sacrificio efectuado al terminar el juego de pelota. Sitio arqueológico, marzo 2004.

Por lo anterior, cuando se preguntó a los visitantes cuáles fueron sus impresiones acerca del Festival Cumbre Tajín, las “interpretaciones” no fueron dadas en términos de lo que significaban las cosas, sino en términos de cómo se sintieron al participar. La mayoría de las narraciones sobre la visita se centraron en la manifestación de sus emociones y en su atribución de valor. Hablaron de qué bello estaba todo, qué espectacular, qué impresionante, qué maravilloso; expresaron su intención de visitar lo más posible, lo placentero de su estancia y el valor en términos de entretenimiento. Y señalaron que lo que les provocó más satisfacción no fueron los artefactos materiales, sino lo que pudieron ver en términos de espectáculo visual, imágenes efímeras, lo hiper-real en lugar de la realidad mundana.



## Fiestas Populares

Las fiestas populares son producto de interrelaciones de factores de poder principalmente con el Estado (Vaughan 1994:214). Contienen factores de colectividad y cohesión, más que eventos exclusivos y aislados, y casi siempre están ligadas con el Estado, afirmando la colectividad local y el orden jerárquico externo.

Mary Vaughan (1994) menciona que el Estado posrevolucionario mexicano del siglo XX adoptó el uso misionario del ritual para propósitos similares de dominación. Señala que los festivales patrióticos post revolucionarios, nos proporcionan un vocabulario apropiado para el mantenimiento del poder del Estado y la promoción del cambio socioeconómico (Vaughan 1994:215). Así, podemos decir que el festival es una imposición del Estado perpetrada gracias a la ayuda de políticos locales y líderes regionales ambiciosos en una victimizada y pasiva audiencia.

Se han realizado trabajos recientes sobre fiestas patrias que plantean muchas preguntas como las siguientes: ¿son estas fiesta una simple imposición en comunidades que se resisten, un ritual extraño percibido por oídos sordos, una conspiración entre los representantes del Estado para confirmar su dominación y su poder?, o ¿son las fiestas una construcción negociada entre las comunidades como entidades sociales, movimientos populares, y aquellos aliados con o incorporados al estado emergente? Como una construcción negociada, ¿ha podido el festival patriótico confirmar el poder de elementos que se encuentran separados en la alianza posrevolucionaria?, o ¿ha jugado el festival un rol más creativo, cambiando mentalidades, definiendo identidades, y movilizand o energías alrededor de un proyecto nacional?

Pero, ¿por qué hablar de fiestas patrias cuando el festival de Cumbre Tajín, al contrario de lo que se experimentada en el tipo de festividades arriba mencionadas, busca resaltar la cultura regional más que la nacional? Bueno, porque existen similitudes entre ambos tipos de festividades, ya que tanto las fiestas patrias como el festival Cumbre Tajín constituyen una imposición del Estado, de su lógica actual y de su hegemonía.

El festival Cumbre Tajín pretende crear una identidad y una lealtad mientras que controla las energías y el movimiento, facilita la penetración del Estado Nación en la forma de su representación regional (gobierno del Estado) pero también ayuda a legitimar las estructuras locales de poder, confirmar la cohesión social, y a incrementar la identidad colectiva en relación a otras comunidades vecinas y el Estado.

Con el surgimiento de este festival no simplemente se ha diseminado la ideología de arriba hacia abajo y no solamente se han legitimado poderes locales, regionales y nacionales; también se ha comprometido y movilizó a las personas. Los símbolos, valores y comportamiento celebrados en el festival se han fusionado con el discurso hegemónico en el cual el Estado articula su proyecto modernizador con una multiplicidad de tradiciones culturales, valores sociales y discursos, para que sea posible promover una estabilidad política, cambios socioeconómicos rápidos y un respeto por las costumbres locales.

Cambiar las mentalidades comprende más que los efectos demográficos y penetraciones de mercado. Incluye actitudes, valores y comportamientos impulsados por los productores culturales del Estado.

