

Las culturas populares en México: un entramado indígena

Sarah Corona Berkin

■ Doi: 10.54871/ca24ct61

La Real Academia Española (RAE) define “entramado” como la disposición interna donde se ligan las partes. También, agrega, puede ser el enredo de una obra dramática. Ambas definiciones detallan lo que quiero expresar con “entramado indígena” de las culturas populares en México. Entramado porque se ligan los deseos del Estado para crear un país homogéneo a partir de la cultura indígena antigua y su producción contemporánea. Y enredo dramático, por ser el escenario de los conflictos de una mexicanidad misteriosa que, según Roger Bartra,

exalta las imágenes del México profundo y las adopta como símbolos [... y así], a pesar de que los mexicanos, somos mestizos modernos, nuestro corazón es indio; por ello exaltamos una civilización muda que es capaz de conmovernos sin pasar por nuestra inteligencia (1993, p. 11).

Esta reflexión me remite a una conversación trivial con Jesús Martín-Barbero durante un viaje a San Cristóbal de las Casas. Conmovido con la riqueza de la artesanía y el ambiente popular del mercado, me comentó: “a donde vayas en México, estás rodeado de

cultura mexicana”. ¿No es así en todos los países latinoamericanos? le pregunté. “No, acá lo mexicano se vive todo el tiempo”. ¿Y no te parece que es así para defendernos del país de al lado, que propaga su cultura, la más poderosa y penetrante del mundo?, volví a responder. “Podría ser un poco menos”, contestó y se rió.

Probablemente se reía al observar el fuerte nacionalismo que se vive de forma naturalizada en México. No cabe duda de que la cultura popular mexicana y su entramado indígena tienen un largo origen nacionalista útil a la conformación del Estado. Promocionado por el Estado posrevolucionario y después de treinta años del Porfiriato, culturalmente de gran influencia francesa, las culturas indígenas fueron redimidas para crear un México mestizo en vías de la homogeneización nacional.

A partir de esto, se puede hablar de dos periodos del indigenismo en México: el periodo del indigenismo institucionalizado, posterior a la Revolución, que se refuerza nacionalmente con la creación del *Instituto Nacional Indigenista* (INI) en 1948. En el segundo periodo, adoptado por el neoliberalismo estatal hacia 1982, empieza a decaer el indigenismo institucionalizado. El INI cambió de nombre por *Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas* (CDI) en 2003 sin hacer cambios en la política paternalista y asistencialista que ha caracterizado al indigenismo del Estado. En 2019 de nuevo cambió de nombre a *Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas* (INPI), marcando en el nombre de la institución el reconocimiento de una política más autonómica hacia los pueblos indígenas.

Mi punto de partida en este lugar es: ¿Por qué una nación que se presume moderna, como México, tiene que exhibirse abrumadoramente popular, y allí siempre está presente lo indígena? Puede ser una manera de dar continuidad a la identidad con la que nació, para diferenciarse de la tiranía del conquistador español, el francés y el estadounidense. Pero también puede ser un indicador más de la cultura de la pobreza y la marginación. La etnia y la cultura popular mexicana son inseparables; después de todo, los indígenas

son los más pobres de la nación. Será pues una categoría política, histórica y también económica.

En 1923, firmado por Adolfo Best Maugard, aparece un libro destinado a la educación artística del pueblo mexicano. Se proclama como el primero de su tipo donde el Estado interviene económica y sistemáticamente en las relaciones entre los artistas y el pueblo. Se explica que el arte ha dejado de ser esotérico y suntuario como una de las grandes reivindicaciones de la Revolución. Pretende “arrancar de las manos muertas de la academia y del privilegio de los ricos, para llevarlo a las escuelas y al pueblo” (p. 10). Dice rescatar del arte propio del indígena sus elementos esenciales para “hacer de México el emporio creativo y cultural del continente, como los Estados Unidos son el emporio de la civilización industrial y reproductiva” (p. 13). Queda claro que México busca resistir el poder extranjero con la cultura popular y su entramado indígena. Lo mismo hace el arte chicano años después, cuando al recuperar los emblemas nacionales vuelve al origen indígena y reclama sus raíces. El poeta José Juan Tablada, en el mismo prólogo, proclama: “Hacer arte popular, es hacer patria” (p. 16).

Definir la cultura, el arte y las artesanías populares no es nuestro objetivo, por lo que se usarán los términos de acuerdo al uso en los distintos espacios: museos, comercio y la academia.

Con Gilberto Giménez, opto por distinguir el estilo de vida como uno de los sentidos de la cultura. Según el autor, implica “el conjunto de modelos de representación y de acción que de algún modo orientan y regularizan el uso de las tecnologías materiales, la organización de la vida social y las formas de pensamiento de un grupo social” (Giménez en Valenzuela, 2013, p. 56). Mi objetivo es reconstruir algunas “presencias reales” de los indígenas en la cultura popular. De acuerdo con Steiner (1997), la auténtica hermenéutica del arte es la ejecución, la realización, en la que se pone en acto el significado, no la razón conceptual sobre ella.

Encuentro el entramado indígena en la vivencia de la cultura mexicana contemporánea, presente en cinco espacios: 1) el discurso

oficial, 2) el mercado y la expropiación cultural, 3) el desprecio y el racismo, 4) la academia y 5) desde la propia voz indígena.

El discurso oficial comprendido desde las campañas políticas, los museos y las prácticas religiosas

Como parte de la política partidista, Yuawi, un niño wixárika de 9 años, fue el éxito de la campaña de 2018 del partido Movimiento Ciudadano, cuyo color distintivo es el naranja. Con una banda de rock, vestido con su traje tradicional, el niño causó furor con la canción “Movimiento naranja, movimiento ciudadano: Libres como el viento, libres como el águila que está en movimiento, somos movimiento naranja”. Yuawi y su papá, con su grupo musical indígena, el Venado Azul, participan en los eventos organizados por los gobiernos que se muestran así incluyentes de sus pueblos originarios.

La imagen que anima los distintos partidos durante las campañas políticas se sustenta en la imagen del indígena. Indistintamente de la ideología que pregonan, las tres mujeres en la carrera por la Presidencia de México que se llevará a cabo en 2024 –la precandidata para presidente del partido conservador de derecha (PAN), la precandidata de izquierda (MORENA) y la precandidata del debilitado partido tradicional (PRI)– usan en todas sus presentaciones públicas y de campaña vestimenta bordada por distintos pueblos indígenas del país. Cabe preguntarse ¿por qué surge con fuerza lo indígena en el discurso político mexicano, en tiempos de vigoroso neoliberalismo?

En la Ciudad de México existen dos museos públicos de lo popular: uno se llama de Cultura Popular y otro de Arte Popular. Ambos muestran producción popular indígena; el primero fue fundado en 1983 por Bonfil Batalla como iniciativa del Estado. Aunque la cultura popular va más allá de los indígenas, según su fundador, la realidad es que las exposiciones y sus ferias artesanales giran alrededor de la producción regional indígena. El segundo, el Museo de Arte

Popular, fundado en 2006 por la Ciudad de México, con una visión comercial y turística, centra sus exhibiciones y su enorme tienda también en la producción indígena (incluso tiene una sucursal en el aeropuerto de la Ciudad de México). Si bien ninguno de los dos clasifica como museo monumental, como son el Museo de Antropología o el del Templo Mayor, los dos museos de lo popular tienen un arraigo mayor entre los visitantes nacionales, ya sean de Coyoacán, donde se encuentra el de Culturas Populares, o el de Arte Popular ubicado en el centro de la Capital, visitado por paseadores locales, turistas nacionales e internacionales. Lo popular en ambos museos significa lo indígena. Por otro lado, el INPI, institución dedicada al resguardo y protección de los pueblos indígenas, por falta de recursos no puede seguir apoyando al mundo indígena. Igual sucede con el Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (Conapred), donde recientemente se nombró presidenta a una mujer indígena, pero se limitó el presupuesto económico. Pareciera ser que se financia la exhibición de lo popular indígena, ya que es lo que le ofrece estabilidad al Estado, y no la voz de los pueblos o sus reclamos por discriminación.

La iglesia, como parte del discurso oficial, apuntaba Jesús Martín-Barbero (1984), “había sido pionera en la misión de proclamar una fe que articulaba el individualismo con la sumisión ciega a la jerarquía, concepción que minaba, que venía a destruir las solidaridades tradicionales en las que estaba basada la cultura popular” (p. 5).

Sin embargo, el discurso oficial de la iglesia, ligado a la jerarquía y al poder, hoy también está atravesado en México por lo indígena. No es necesario decir mucho después de la presencia sostenida y resistente durante más de 500 años de la Virgen de Guadalupe, reina de México y emperatriz de América. Si bien la presencia del indio, hoy San Juan Diego, se ha significado de maneras diferentes, no es sino hasta el siglo XX que adquiere su fisonomía étnica en los cuadros e imágenes alusivas a la aparición de la Virgen de Guadalupe.

La Virgen aparece en múltiples objetos de uso cotidiano y no falta en los espacios para el consumo del turismo local e internacional.

Los danzantes mestizos que acompañan a las vírgenes, a la de Guadalupe y a la de Zapopan entre otras, es muestra de la continuidad y resistencia indígena. Entre penachos, cascabeles, ayales (maracas de bules), símbolos aztecas y plumas desfilan 15 millones de personas una vez al año, durante horas, en las dos ciudades mencionadas. En Mochicahui, Sinaloa, indígenas mayo-yoremes se entremezclan con los mestizos rurales para revivir la Semana Santa. Durante 40 días, los “judíos” buscan a Cristo en la arena y piden dinero; el ritual termina cuando encuentran a Cristo, lo crucifican, se dan cuenta del error porque descubren que es bueno, se arrepienten y bautizan, y el domingo de Pascua, los judíos son de nuevo puros y han cumplido con su “manda”. En todo el país se celebra la Semana Santa con representaciones de “inspiración indígena” del Calvario de Jesús. El proceso de enculturación de lo religioso a través de los medios masivos al que se refiere Jesús Martín-Barbero, donde la fiesta se transforma en espectáculo no vivido, parece no ser el caso de la cultura popular religiosa de México.

De acuerdo a Renée De la Torre, si bien hay un limitado núcleo duro que defiende la religión oficial en México, existen tres vías donde se puede observar que lo popular indígena es activo y atraviesa la religión católica: las prácticas populares rurales permeadas por lo indígena (De la Torre, 2016), la actualización de la teología indígena y su lucha contra el neoliberalismo (De la Torre, 2009) y la religiosidad de las clases altas mexicanas que buscan sentido a sus vidas en los chamanismos, neoindigenismos, etc. (De la Torre, 2018).

El comercio y la expropiación cultural

Las marcas *prêt-à-porter* como Zara, Mango, Rapsodia, Nike, Converse, han copiado diseños tradicionales indígenas. Las marcas

de lujo como Louis Vuitton o Carolina Herrera también lo hacen. Todos se excusan aludiendo que hacen un homenaje a esas “hermosas” culturas, o bien que hacen una “interpretación libre” de los diseños originales.

El gobierno mexicano interviene a pesar de tener poco apoyo legal internacional. Lo hace sobre todo de forma simbólica: la mexicanidad y el indígena subsumidos en la cultura popular son símbolos patrios que exigen respeto y que la ley mexicana protege desde enero de 2022. Alejandra Frausto, ministra de cultura del gobierno de México, exige pago para las comunidades indígenas por las ganancias de las marcas internacionales. Beatriz Gutiérrez Müller, escritora y esposa del presidente de México, reclama en redes a Ralph Lauren por plagio; la marca sacó pronto del mercado sus piezas. La acción de México es ejemplar, dice el periódico francés *Liberation* (Steels, 2022), pero no es suficiente para detener el robo de la producción indígena.

Por otro lado, los compradores nacionales de artesanía indígena prefieren el bordado que se hace con hilo de algodón porque se cree más auténtico. Las mismas bordadoras, para su propia vestimenta, buscan el estambre sintético, que brilla, tiene más colores, y se lava bien. El comprador pide lo “auténtico”, cuyo referente es el indígena original, el antepasado nacional, aunque no siempre está dispuesto a pagar el precio.

La expropiación de la cultura popular se da también en México. El nuevo Palacio de Hierro del lujoso centro comercial Mitikah decora su tienda con la producción indígena y la vende a precios altísimos que no llegan a manos del creador. También las piezas de arte wixárika expuestas para su venta en la Ciudad de México (Segunda Bienal de Arte Wixárika, 2022), con costos millonarios, son compradas por los gobiernos estatales, los políticos y oficinas de lujo privadas. La exotización del indígena en México es parte de lo que Pablo González Casanova (2006) llama el colonialismo interno. Es decir, el colonialismo actualizado que lucha por los derechos de la diferencia, pero que solo coloca como meta el reclamo de las

identidades y termina por generar prácticas de dominación de unas identidades sobre otras.

El desprecio visiblemente medio oculto

El racismo por el color de piel, por la forma de hablar, mezclados con la pobreza, es más que conocido en México. Un joven estudiante indígena, de una universidad privada de Guadalajara, comenta que el racismo tiene formas diversas y prefiere ir a clases vestido con la ropa indígena de su pueblo, porque así no pasa desapercibido y sus compañeros y maestros lo respetan como auténtico indígena y lo incluyen en el grupo.

Pero es especialmente alarmante el caso de Lorenzo Córdoba, presidente consejero del Instituto Nacional Electoral (INE). Grabado telefónicamente, comenta la visita oficial de una caravana indígena a las instalaciones del INE. Se le puede escuchar diciendo:

Hay que escribir las crónicas marcianas del INE. Desde las dramáticas reuniones con los padres de Ayotzinapa hasta esto. Te voy a decir cómo hablaba: “yo gran jefe nación chichimeca, vengo de Guanajuato, vengo a decir: o diputados para nosotros o yo no permitir tus elecciones”. Este buey no sé si es que hable así, pero vio mucho Llanero Solitario. A este muchacho le faltó decir: “yo gran jefe Toro Sentado”. No, no, no, no está de pánico, o acabamos muy divertidos, o con el psiquiatra de aquí (comunicación personal, 23 de abril de 2018).

Como parte del racismo expuesto, el presidente del órgano que debe cuidar la democracia, la igualdad y la justicia, confunde el indígena mexicano con la tira cómica estadounidense, producto de la cultura popular de los medios de comunicación.

En su “genealogía desobediente”, Mario Rufer encuentra que, frente al racismo rampante en todas las capas sociales mexicanas, el concepto de

lo *popular* empezó a funcionar en México como la carta perfecta, inocua, para ya no nombrar al indio y sobre todo, para que el estado (y sus saberes más funcionales) exorcizaran el fantasma que amedrenta al mainstream de la academia mexicana desde entonces hasta hoy: el racismo (Rufer, 2019, p. 178).

Estudiar hoy las culturas populares

José Manuel Valenzuela (2013) reúne en un trabajo de largo alcance, titulado “Los estudios culturales en México”, los textos de autores icónicos sobre el tema: entre ellos están Néstor García Canclini, Gilberto Giménez, Carlos Monsiváis, Jorge González, Rossana Reguillo y el propio Valenzuela. Se habla de las culturas populares obreras, campesinas, urbanas, juveniles, de la violencia, de los medios de comunicación y de la frontera. Podría decirse que, en esta etapa, la reflexión académica sobre la cultura popular en México está en lo comunitario, lo intersubjetivo, la cultura de masas, la urbanización. En esta nueva vertiente de estudios de cultura popular, el indígena no parece central.

Por ello me llama la atención la portada de este libro, editado dos veces (en 2003 y 2013), que a pesar de no ocuparse de la cultura indígena en la cultura popular actual elige como fotografía de portada al indio. Probablemente las casas editoras (el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes [CONACULTA] y el Fondo de Cultura Económica [FCE]), “saben” que, para comunicarse con sus posibles compradores interesados, hablar de culturas populares en México tiene que estar subsumido en lo indígena.

Desde su propia voz, o ver con el otro

Para aproximarnos a las culturas populares desde la propia voz de los indígenas, el término interculturalidad –en la política y la academia– es un eufemismo si no dice cada quién, en horizontalidad, lo que tiene que decir. Pablo Alabarces (2020) ha cuestionado la complejidad del poder a la hora de estudiar al otro. Con Valeria Añón proponían los autores dar voz al otro para remediar el poder que atraviesan los estudios de cultura popular (2008).

Por eso, con Martín-Barbero (2017) acentuamos la propuesta metodológica de la Producción Horizontal de Conocimiento: no es posible conocer al otro si no es *con* el otro. Hemos empezado a escucharlos por ellos mismos. Lo han dicho, no se sienten mestizos, ni mexicanos, se sienten indígenas y modernos. Al mirar *con* los wixaritari observamos un México diferente al del relato oficial y al realizado por otros. Su fotografía, la que hacen ellos de sí mismos (Corona, 2011), desafía la imagen oficial que conocemos y que en gran medida ha definido nuestra idea de quiénes son.

Es especialmente de interés revisar los procesos de resistencia cultural y la producción indígena propia. Mario Rufer (2020) revela una expresión de cultura popular desde la indigenidad, en un contexto de cultura nacional: los museos comunitarios. En uno de sus relatos, una de las invitadas indígenas a la inauguración del museo en Jamapa, Veracruz, tomó la palabra y emitió su discurso en su lengua (quizás zapoteca). Ni una palabra fue traducida, ningún invitado entendió una sola palabra. Su acompañante aclaró que así era el deseo de la expositora.

Rufer nos hace preguntarnos: ¿Qué quiso decir la presentadora? ¿Quiso decir: seré muda para ustedes? ¿No repetiré el estereotipo folclorizado del indígena que esperan? De todos modos, para qué hablar, son ustedes sordos a nuestras voces, a nuestra lengua, a los códigos que definen nuestra cultura.

Reconocemos que hoy hay una confrontación que surge desde los actores indígenas que estudian en las universidades, quienes participan en movimientos en defensa de sus lenguas, que impacta en su música, su producción artesanal y artística. A partir de la emergencia del zapatismo, el indígena apareció en la escena nacional desde su propia voz y en lucha frente al Estado. Esperamos que los reclamos indígenas modifiquen las relaciones de poder y que las culturas indígenas sigan siendo constitutivas de lo mexicano, desde la voz propia. Como dice Claudia Olivia Morales Reza, presidenta del Conapred, que los indígenas aparezcan “en primera persona”. Romper con la colonialidad discursiva no solamente pasa por construir el presente con otra forma de indigenismo nacional, sino por posicionar centralmente la lucha por las autonomías y la propia voz de los pueblos indígenas, en diálogo con el resto de la población mexicana.

Bibliografía

Alabarces, Pablo (2020). *Pospopulares. Las culturas populares después de la hibridación*. Guadalajara: UDG-CALAS.

Alabarces, Pablo y Añón, Valeria (2008). ¿Popular(es) o subalterno(s)? De la retórica a la pregunta por el poder. En Pablo Alabarces y María Graciela Rodríguez (eds.), *Resistencias y mediaciones. Estudios sobre cultura popular*. Buenos Aires: Paidós.

Bartra, Robert (1993). *El ojo de vidrio. Cien años de fotografía del México indio*. Ciudad de México: Fondo Editorial de la Plástica Mexicana.

Best Maugard, Adolfo (1923). *Método de dibujo. Tradición, resurgimiento y evolución del arte mexicano*. Ciudad de México: Departamento Editorial de la Secretaría de Educación Pública.

Corona Berkin, Sarah (2011). *Postales de la diferencia. La ciudad vista por fotografías wixaritari*. Ciudad de México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

De la Torre, Renée (2009). Vigencia de las teologías latinoamericanas, *Boletín de la Biblioteca del Congreso de la Nación*, 124, “Creencias, política y sociedad”, 31-48.

De la Torre, Renée (2016). Los mexicanos amantes de la fiesta religiosa. En Renée de la Torre (ed.), *La fiesta religiosa en México* (pp. 348-408). México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes-Fondo de Cultura Económica.

Echeverría, Bolívar (2005). *La modernidad de lo Barroco*. Ciudad de México: Ediciones Era.

González Casanova, Pablo (2006). Colonialismo Interno. En *Sociología de la Explotación* (pp. 185-205). Buenos Aires: CLACSO.

Martín-Barbero, Jesús y Corona Berkin, Sarah (2017). *Ver con los otros. Comunicación intercultural*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.

Martín-Barbero, Jesús (1984). *Materiales para la educación popular*. Lima: Instituto para América Latina.

Real Academia Española (2023). Entramado [entrada web]. <https://dle.rae.es/entramado>

Rufer, Mario (2020). *No vamos a traducir*. Instalar un secreto, negar la dádiva, redefinir el juego. En Inés Cornejo y Mario Rufer (eds.), *Horizontalidad. Hacia una crítica metodológica*. Buenos Aires: CLACSO.

Rufer, Mario (2019). Estudios Culturales en México: notas para una genealogía desobediente. *Ciências Sociais Unisinos*, 55(2), 174-192.

Steels, Emmanuelle (26 de octubre de 2022). Appropriation culturelle. Les tisseuses mexicaines veulent en découdre. *Libération*. https://www.liberation.fr/international/amerique/appropriation-culturelle-les-tisseuses-mexicaines-en-decourent-avec-lindustrie-de-la-mode-20221026_XK76KVSEMNHWF0VAW3PZH3UIAM/

Steiner, George (1997). *Pasión intacta*. Madrid: Ediciones Siruela.

Valenzuela Arce, José Manuel (2003). *Los estudios culturales en México*. México: Fondo de Cultura Económica.

