

FIN DE SIGLO

El efecto Nacho

Un azar me condena a ver dos bodrios hollywoodenses dedicados a temas mexicanos. Tienen, como siempre, el ingrediente equívoco y turbio de la buena fe y la ignorancia. La peor que recuerdo es una que se titula *Paseo por las nubes*. Se trata de una familia de mexicanos de California que tiene bonitas tradiciones ancestrales que incluyen gritar ay ay ay porque vuela la mosca, soplar un caracol azteca antes del desayuno y tener una réplica de Anthony Queen sentada en una mecedora. Se supone que esta película les explica a los gringos lo buenos que somos los mexicanos, y a los mexicanos nos explica lo bueno que somos los mexicanos, sobre todo si vivimos en California.

Estas películas son a México lo que los *nachos* a los totopos. Para quien no lo sepa, el *totopo* es un trozo frito de tortilla de maíz que primero se pone como una peineta sobre los frijoles y luego se utiliza para llevarlos a la boca. Pues el *nacho* es un totopo, pero neoliberal. También es su falsificación: una laja de maíz frita en benzoato de sodio con un eco de chilito. Mas para todo efecto, la gente que consume *nachos* en el mundo, cree que está comiendo comida mexicana.

Incluyendo a los mexicanos.

La nachificación de México aumenta, y la excusa es lo mucho que lo amamos. No me quejo de que una banal cultura gringa que comercializa *lo nuestro* esté llenando de benzoato a la mexicana, ni proponiendo (lo que sería en vano) que salvaguardemos nuestra “verdadera identidad” de un contagio que tiene la paradoja de ser a la vez nacional y foráneo. En general me parece divertido y hasta interesante: ciertos aspectos de la cultura mexicana están siendo alterados por su derivación: la hija expósita que, como en las novelas rosas, regresa del extranjero, muy bien formadita, escandaliza a la familia y reclama su herencia.

Desde luego esto es culpa nuestra, no de esa hija sentimental. La cultura chicana es voraz, expansiva, poderosa y divertida: genera más demanda de “mexicanidad” en California que en todo México. Los chicanos de antiguo arraigo, ya incorporados a la cultura gringa, llenan universidades, alaban al adobe, compran libros y arte chicano o mexicano y viven con patente regocijo el “reencuentro” con sus orígenes como cualquier grupo nacional de los que forman el mosaico gringo. Pero no se trata de un reencuentro nostálgico, sino militante, que pone énfasis en los mitos ancestrales y en la historia, literatura y arte que ha decidido constituye una *bispanic heritage* que se desearía reinvertir en México. Los recién emigrados, por su parte, llenos de rencorosa nostalgia, se refuerzan mexicanos por puro instinto de sobrevivencia. En ambos casos, tal necesidad produce una creciente demanda de bisutería marcadamente

“mexicana” que se solidifica en un canon expansivo. No pocos artistas y escritores mexicanos han hallado en esa necesidad su tesoro de la Sierra Madre.

A pesar del racismo que no logra evitar la entrega de zonas de influencia política, económica, académica y cultural cada vez mayores a los multiplicantes chicanos, el gringo medio ha acabado por reconocerlos como un ingrediente de su *melting pot* y ha optado por lo de siempre: hacer negocio de una fatalidad insoslayable. De un tiempo para acá, el *pot* gringo en el que flotan la vaca europea, el pavo aborigen, el africano pollo, la harina mediterránea y las especies orientales, se sirve acompañado de *nachos*. Los gringos respetan la singularidad de un grupo invasor —y más en este caso, pues ellos invadieron primero— guardando en el closet su resignado racismo, siempre y cuando el invasor se *melt* en el *pot* de acuerdo con sus reglas y genere beneficios mutuos. Los políticos los convierten en fuerza político-electoral redituable y, a cambio de sus votos, desfilan en las fiestas patrias mexicanas, en Sacramento o Chicago, con una sonrisa; las universidades y la industria del entretenimiento los reclutan como productores/consumidores de su propia singularidad étnica; la Pepsi Cola inventa los *nachos*, etc. Todos contentos.

Lo curioso es que el ingreso al *melting pot* tenga como condición que —aparte de jurar lealtad a las barras y estrellas y aprender un inglés elemental— el grupo invasor no sólo conserve su singularidad étnica sino que la enfatice: a fin de cuentas es una singularidad mercadeable (y la lealtad al mercado es superior a la de la bandera). Esto no es difícil, pues frente a la cultura anfitriona se extrema un nacionalismo que agrega al del chicano su propia susceptibilidad histórica y duplica sus tensiones. El resultado es una *mechicanidad* a la doble potencia que vive de potenciarse al infinito. (Sabemos que, frente a los extranjeros, el mexicano grita su nacionalidad con especial orgullo.) A fuerza de explosión demográfica, los chicanos han ganado territorio; se hacen televisión y cine industrial sobre sus predicamentos; el mercado mundial de tortillas y comida mexicana es gringo; las universidades crean *Chicano/a Studies Departments* en los que teorizan sobre la esencia de Aztlán; se recicla orgullo nacional o étnico por todos los medios posibles. Los resultados de la academización, la divulgación y la politización son muchos, a condición de que sean votables, mostrables, programables, contables, estadisticables, curriculables.

Todo ello me parece muy bien. Pero esta sobreexplotación de la identidad rebota cada vez con mayor fuerza en la pintura y las letras al sur de la frontera y aumentan los mexicanos que explotan la retardataria industria de la identidad-en-entredicho-perpetuo que atiza esa demanda. No ofrece mayor

problema, pues se trata de una industria que por su sazón antiimperialista yanqui es políticamente correcta y, además, reditúa celebridad, dineros, *honoris causa*, buena conciencia y más lectores que en todo México. De ahí a convertirse en proveedores de materia prima para la academia y la política chicana hay sólo un paso, aun si ello supone pervertir la realidad o los ritmos intelectuales y creativos de la cultura mexicana.

La cultura chicana necesariamente supone la definición y defensa de lo que pasaría por ser la "identidad" mexicana de origen, a la que luego somete a los reduccionismos y usos propios de una guerra de resistencia. En el paquete de mexicanidad exportable cabe lo mismo la esencia guadalupana que el *kitsch* Mauricio Garcés, pero excluye todo aquello (temas, ideas, estilos) que no sea popular, que carezca de valor de contraste o tenga escasa densidad idiosincrática. Nada que no lleve agua al molino sociológico de la academia o la galería, donde se envasa en teoría del mestizaje o cultura de la opresión. Esta mutilación también depende de que para muchas universidades gringas la literatura y el arte mexicanos son *non western*, y si van a patrocinar sus programas, les interesa que esto se note y así justificar el presupuesto. Ambos, los chicanos y sus proveedores mexicanos, se apartan de este modo de la plural cultura original y, con la excusa de expandirla, la mutilan en un neonacionalismo de caricatura sobrepoblado de coaticues.

Intriga que haya tanto mexicano dispuesto, a fin de siglo, a renovar su fe en el eterno retorno, regresar al nacionalismo y solicitar hospedaje en esa posada políticamente correcta, académicamente redituable y holgadamente sentimental, dada su gesticulación primitivista y su ingrediente contestatario: se trata de un malinchismo legítimo (¿en qué consistirá esta reiterada obsesión por explicarle México a los gringos, si nos caen tan gordos?). Pero la curiosa mezcla de antiyanquismo tradicional y sentimentalismo primitivista parece atenuarse por el hecho de que este nuevo imperialismo sea de color *brown* (como dice la academia chicana) y se apellide González. En una curiosa situación de racismo invertido, esa mutilación de la variedad cultural mexicana excluye de su *nacho* todo arte y literatura que no sea patentemente *brown* o *non western* y resista la tentación singularista.

El *pocho* se ha reconciliado con sus orígenes y se recicla *chicano*. Si Ritchie Valens no se muere mientras paseaba "La Bamba" por Estados Unidos, hoy se llamaría de nuevo Ricardo Valenzuela y usaría un botón de "Todos somos Marcos". Del lado mexicano ha habido también una obvia transición

de la cautela hacia el pochismo al ruidoso reencuentro con el hermano pródigo. Ambos aprovechan este TLC/NAFTA ideológico y sentimental que vacía en el mismo perol peyote aztlanista, zempazúchil milenarista, pachuli antiprogresista, rosas guadalupanas y epazote marquista. Al promover este orgulloso regodeo en las evidencias étnicas, que tiene la peculiaridad de acontecer en una tierra distante de la nación cuyo valor se proclama o cuyas tradiciones se defienden, lo que resulta es un inédito imperialismo nacionalista. En México, mientras tanto, en las artes plásticas y en la narrativa, aumenta cada día la simpatía por el contagio. Cada día hay más pintores fascinados por el ajolote y más escritores convencidos de que contar cómo guisaba su abuelita es hacer patria.

La película esa, *Paseo por las nubes*, es un buen mal ejemplo. La película es tan tonta que ofende por parejo a chicanos, gringos y armenios, pero es una buena muestra del "efecto nacho": un populoso catálogo de identidad filmable: intensa vida familiar, catolicismo rampante, sujeción a las jerarquías, conservadurismo, machismo práctico, patriarcado autoritario y mal gusto a la hora de pintar paredes. Es decir: todo lo que no soportaríamos en México, pero que frente al *American way of life* resulta de pronto reivindicable. (El director, Alfonso Arau, prepara una película sobre el héroe revolucionario Emiliano Zapata y la monona actriz Salma Hayek se prepara para impersonar a Frida Kahlo... *Big nachos!*)

En todo caso es interesante la forma en la que, como todo nacionalismo, el mechicano es capaz de exagerar, mentir, reducir al absurdo, y ridiculizar la cultura que defiende con tal de contrastarse de la cultura enemiga a la que, sin dejar de despreciar, elige como tribunal de su involuntario, pero no menos definitivo, acto de sumisión. El mechicano vive la paradoja de, a la vez, aborrecer la presencia de su contrario y necesitarla como garante de su diferencia. Coincide en esto con las

actitudes de cierta narrativa mexicana empeñada en hurgar febrilmente su identidad frente a la mirada foránea. De cualquier modo que se le vea, quien se obsesiona con su contraste, es cautivo de quien ha elegido como testigo. Los mechicanos están así cada día más cerca de establecer un canon literario, imaginativo, plástico e ideológico que nos regrese a la década de los treinta y a su ortodoxia populista-nacionalista. Si ese nacionalismo fue mexicano y artificial en los treinta, ¿cómo lo será ahora, mechicano, en el umbral del milenio? A lo que se ve, y a lo que se lee, la respuesta es sencilla: saborizante y colorante artificiales y nulo valor nutritivo. *Nachos made in Mexico.* —



Ilustración: LETRAS LIBRES / Ricardo Radosh