

MUSEOS, AEROPUERTOS Y VENTAS DE GARAGE
(LA IDENTIDAD ANTE EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO)¹

Néstor García Canclini (*)

Hubo una época en que la identidad parecía dejarse atrapar en los museos. En ellos la cultura de cada nación simulaba presentarse íntegra y coherente. Las vitrinas y los recorridos ofrecían un orden en que los elementos dispersos, las prácticas erráticas y los mitos disidentes parecían unificarse en una totalidad complacida.

En el mundo actual, los museos que presentan de un modo compacto la selección arbitraria de todo lo que constituye una cultura nacional y lo que cambia en ella han perdido verosimilitud. Cuando los mismos artefactos culturales circulan en muchos países, las personas migran o combinan en un solo sitio conductas nacidas en sociedades diversas, ¿qué pueden hacer los antropólogos acostumbrados a describir la continuidad y la localización exclusiva de las costumbres? ¿Cómo hacer antropología en un mundo globalizado en el que los aeropuertos, las fronteras y los migrantes son por lo menos tan significativos como las llamadas comunidades nacionales?

Por primera vez en la historia, en esta segunda mitad del siglo XX la mayor parte de los bienes y mensajes que se reciben en cada nación no se han producido en su propio territorio, no surgen de relaciones peculiares de producción, ni llevan en ellos, por lo tanto, signos exclusivos que los vinculen a la comunidad nacional, sino otras marcas que más bien indican su pertenencia a un sistema desterritorializado.

Qué puede pasarle a la identidad

En los años noventa esta difuminación de las identidades nacionales se está volviendo más intranquilizante con motivo de los acuerdos de libre comercio e integración transnacional de las economías. En México el debate sobre la conveniencia y las amenazas del posible Tratado de Libre Comercio ha reactivado las polémicas sobre la identidad nacional. Cabe preguntarse si también coloca nuevas condiciones para su desarrollo y favorece un replanteamiento de las categorías con que veníamos analizando la cuestión.

A primera vista, se ponen en escena con motivo del TLC posiciones y argumentos ya conocidos. Por una parte, los sectores nacionalistas ven la mayor apertura e integración con la economía estadounidense como la agudización de la dependencia que en las últimas décadas habría debilitado la identidad mexicana y aumentado el control imperial sobre nuestra producción material y nuestras comunicaciones, sobre

(*) Profesor-investigador de la Universidad Autónoma Metropolitana - Iztapalapa

Ponencia presentada en la Conferencia "Borders/Diasporas", organizada por la Universidad de California, Santa Cruz, del 3 al 5 de abril de 1992.

nuestra vida cotidiana y nuestra creatividad artística e intelectual: el TLC vendría a completar la sustitución del español por el inglés, de las fiestas tradicionales por los entretenimientos electrónicos, de la sociabilidad comunitaria por un consumo individualista, sujeto a patrones y gustos foráneos.

En el sector opuesto, los defensores de la modernización y la apertura económica argumentan que el TLC es sólo un reordenamiento comercial, imprescindible para mejorar la producción mexicana, aumentar su competitividad y reubicarnos en un mundo donde la interdependencia entre las naciones es un requisito para sobrevivir. Quienes sostienen esta posición no necesariamente desprecian la cultura tradicional mexicana. Por el contrario, explican que la solidez milenaria y la riqueza cultural de nuestra historia garantizan la permanencia de los referentes básicos de nuestra identidad. Nadie expresó más contundentemente esta concepción que el jefe de la negociación por el Tratado, el Secretario de Industria y Comercio, Jaime Serra Puche. Ante la pregunta de un periodista canadiense acerca de si la inclusión de las industrias culturales en el TLC afectaría la identidad nacional, él contestó: "No es tan relevante para México. Si tiene tiempo, debería de ver la exhibición 'Treinta Siglos de esplendor' y se dará cuenta de que no hay mucho por qué preocuparse"²

La divergencia revelada por esta polémica conduce a replantear ciertas cuestiones claves en la definición y la valoración de la identidad. Podríamos resumirlas así: ¿Dónde reside la identidad y con qué medios se la reproduce y renueva a finales del siglo XX? Para responder a esta pregunta vamos a confrontar la manera en que ha definido la identidad la antropología clásica con las condiciones en que la identidad se constituye en nuestros días. Esta puesta a prueba de la teoría y el método antropológicos es necesaria tanto para evaluar su fecundidad respecto del debate sobre las identidades como para saber qué aportación puede realizar el discurso antropológico a la redefinición de lo nacional implícita en la apertura económica y en el TLC.

Culturas posnacionales

El primer obstáculo de la antropología para ocuparse del TLC o en general de los procesos de transnacionalización y globalización de la cultura, es el hábito etnográfico de considerar a los miembros de una sociedad como perteneciendo a una sola cultura homogénea y teniendo por lo tanto una única identidad distintiva y coherente. Esa visión singular y unificada, que consagraron tanto las etnografías clásicas como muchos museos nacionales organizados por antropólogos, es poco capaz de captar situaciones de interculturalidad. Las teorías del "contacto cultural" han estudiado casi siempre los contrastes entre los grupos sólo por lo que los diferencia. El problema reside en que la mayoría de las situaciones de interculturalidad en este fin de siglo se configuran no sólo por las diferencias entre culturas desarrolladas separadamente, sino por las maneras desiguales en que los grupos se apropian de elementos de varias sociedades, los combinan y transforman. Cuando la circulación cada vez más libre y frecuente de personas, capitales y mensajes nos relaciona cotidianamente con muchas culturas, nuestra identidad no puede definirse ya por la pertenencia exclusiva a una comunidad nacional. El objeto de estudio no debe ser entonces sólo la diferencia, sino también la hibridación.

Las definiciones clásicas de la identidad se han establecido en torno de dos movimientos: la ocupación de un territorio y la formación de colecciones -de objetos, de monumentos, de

rituales- mediante las cuales se afirmaba y celebraba los signos que distinguían a ese grupo. Tener una identidad era, ante todo, tener un país, una ciudad o un barrio, una entidad espacialmente delimitada donde todo lo compartido por quienes habitaban ese lugar se volvía idéntico e intercambiable. Los que no compartían ese territorio, ni tenían los mismos objetos y símbolos, los mismos rituales y costumbres, eran los otros, los diferentes. Esa manera de definir la identidad está en la base de muchos antagonismos modernos: nacionalismo vs. cosmopolitismo, periferia vs. centro, colonizados vs. colonizadores.

Este paradigma polar se ha vuelto poco explicativo en un tiempo en que las sociedades se reorganizan por la expansión planetaria de grandes empresas, la transnacionalización de las comunicaciones y las migraciones multidireccionales. Las fronteras entre las naciones se han vuelto porosas: pensemos en los sesenta millones de cruces anuales que ocurren entre México y Estados Unidos sólo en el paso de Tijuana-San Diego, en los múltiples intercambios económicos, sociales y culturales que realizan diariamente en esa frontera tanto los grupos dominantes como las masas populares. En un estudio de antropología visual que efectuamos con pobladores de distintos estratos de Tijuana³ para conocer qué lugares de la ciudad ellos juzgaban más representativos y cómo los valoraban, muchos de los sitios elegidos eran los que vinculan a Tijuana con Estados Unidos: los comercios y centros de diversión, las antenas parabólicas, los pasos legales e ilegales de la frontera, los barrios donde se concentran los que vienen de distintas zonas del país, la tumba de Juan Soldado, "Señor de los emigrados", al que van a pedir que les arregle "los papeles" o agradecerle que no los haya detenido "la migra".

A veces, en la lista de los lugares representativos de Tijuana aparecían el parque Balboa o centros comerciales de San Diego, como si el horizonte de la propia ciudad incluyera "naturalmente" sitios que están del otro lado de la frontera. No es extraño si sabemos que un gran número de tijuaneños pasa de un lado a otro varias veces por semana, porque encuentran en San Diego alternativas de paseo y diversión, porque tienen parientes o simplemente van a trabajar en forma cotidiana. Puede argumentarse que Tijuana es un caso extremo por su posición fronteriza, pero al ver que un alto porcentaje de los que viven en ella o transitan por allí proceden de casi todas las regiones de México -y en muchos casos regresan luego a sus pueblos de origen- fuimos llevados a analizar lo que ocurre en Tijuana como una especie de laboratorio de todo el país. Esta hipótesis es confirmada por la rapidez con que otras zonas de México van adquiriendo este sentido intercultural, tanto por la migración temporal de muchos de sus miembros como por la fluidez de las comunicaciones electrónicas y la creciente llegada de productos importados.

En este proceso la relación con el territorio -Tijuana o cualquier otra ciudad de México- se organiza en relación con códigos culturales de circulación transnacional.

Por lo tanto las colecciones de objetos surgidas del ámbito inmediato, de una relación peculiar con la naturaleza y con los vecinos, así como los relatos que ordenan esas experiencias, se cruzan con bienes y mensajes traídos por los que recorrieron otras zonas y por los medios electrónicos de comunicación que pasan a conformar el paisaje de referencias inmediatas. En muchas ciudades los indígenas venden grabadoras importadas en sus puestos de mercado informal, y también las usan para registrar en sus fiestas las músicas tradicionales; los movimientos populares urbanos defienden sus territorios propios mezclando la iconografía local y nacional con imágenes internacionales, por ejemplo en la hibridación de la lucha libre con los comics estadounidenses que generan la figura de Superbarrio.

Los repertorios de objetos y mensajes no tienen ya la correspondencia exclusiva con el territorio en que se habita, ni las formas locales de vida se oponen enteramente a las de quienes habitan otros territorios, como acostumbraban destacar los folcloristas y antropólogos clásicos. En esta perspectiva, no sólo la zona fronteriza de México con Estados Unidos, sino toda la sociedad mexicana -como lo argumentan algunos estudios sobre Canadá- puede ser entendida como una "región transfronteriza".⁴

Esta visión de las naciones como escenarios multideterminados, donde diversos sistemas culturales se intersectan e interpenetran, nos permite sacar algunas conclusiones. La primera tesis se refiere al carácter que hoy necesita adquirir el saber antropológico. Sólo una antropología para la que se vuelvan visibles la heterogeneidad, la coexistencia de varios códigos simbólicos en un mismo grupo y hasta en un solo sujeto, así como los préstamos y transacciones interculturales, será capaz de decir algo significativo sobre los procesos identitarios en esta época de globalización. Hoy la identidad, aun en amplios sectores populares, es políglota, multiétnica, migrante, hecha con elementos cruzados de varias culturas.

La segunda tesis indica cómo debe establecerse una definición contemporánea de identidad. Al constituirse no sólo en relación con un territorio, sino también en conexión con redes internacionales de mensajes y bienes, necesitamos una definición no únicamente socioespacial, sino sociocomunicacional de la identidad. O sea una definición que articule los referentes locales, nacionales y también de las culturas postnacionales que cada vez en mayor grado configuran las identidades en todas partes y reestructuran el significado de las marcas locales regionales establecidas a partir de experiencias territoriales distintivas. La identidad se conforma tanto mediante el arraigo en el territorio que se habita, como mediante la participación en redes comunicacionales deslocalizadas.

Qué TLC nos tocará a cada uno

El hecho de que las identidades se presenten hoy con rostros híbridos descalifica tanto a las definiciones exclusivamente tradicionales y territoriales como las concepciones evolucionistas que ven en la apertura económica un proceso de sustitución de un sistema económico por otro, del español por el inglés, de la identidad mexicana por la norteamericana. No es fácil encontrar en México ejemplos que refuten el esquema polar y excluyente entre tradición y modernidad. La persistencia y el crecimiento de la producción artesanal y las fiestas étnicas luego de medio siglo de industrialización y urbanización son una evidencia, entre muchas, de que la modernidad transnacional no reemplaza las tradiciones. Más bien las reformula y reubica en complejos procesos de coexistencia con las innovaciones.

La perseverancia y los reacomodos de tantas costumbres y formas de pensamiento luego de quinientos años de cambios, primero por la dominación colonial, luego por los varios proyectos de modernización, hace suponer que el TLC no va a borrar la identidad. Lo que sabemos por la antropología y la historia sobre la larga duración de los hábitos culturales sugiere que, más fecundo que analizar la sustitución de una cultura o una identidad por otra, es ocuparse de las astutas transacciones y los usos recíprocos que se producen en las interacciones interculturales. Durante los debates sobre el Tratado algunos historiadores han recordado que la sociedad mexicana es resultado de movimientos heterogéneos, de mezclas y transculturaciones, algunas

de las cuales llegaron desde otras sociedades y mediante la violencia. "Lo que llamamos 'estilo colonial mexicano' -afirma Héctor Aguilar Camín- y nuestro orgullo por los templos del país, empezando por la Catedral, tiene su origen en la imposición arquitectónica de la furia religiosa española. ¿Y qué decir del idioma que hablamos? Se implantó entre nosotros a resulta de una doble conquista: militar y espiritual. Pero es el eje de nuestra fuerza cultural, de nuestra capacidad de mezclarnos con otras culturas sin perdernos en ellas".⁵

Hay que decir aquí que esa fortaleza centenaria o milenaria de la cultura mexicana no autoriza la despreocupación de quienes sostienen que no hay nada que temer ante el TLC. Puesto que la cultura no es sólo una fuerza espiritual, sino que se desarrolla y retrocede en medio de condiciones económicas, tecnológicas y sociales, es necesario considerar cuidadosamente las asimetrías y dominaciones que a menudo regulan los vínculos interculturales. Las preguntas por los posibles cambios de identidad o de formas de vida deben colocarse en relación con la desigualdad concreta, material y social, de las interacciones entre México, los Estados Unidos y Canadá. Hay por lo menos tres circuitos de desarrollo cultural que debemos distinguir para apreciar diferencialmente los efectos de la apertura económica y la globalización:

a) Por una parte, las redes de comunicación masiva dedicadas a los grandes espectáculos de entretenimiento (radio, cine, televisión, video);

b) En segundo lugar, existen circuitos restringidos de información y comunicación destinados a quienes toman decisiones (comunicación por satélite, fax, teléfonos celulares y computadoras);

c) En tercer término, la cultura histórico-territorial, o sea el conjunto de saberes, hábitos y experiencias organizado a lo largo de varias épocas en relación con territorios étnicos, regionales y nacionales, y que se manifiesta sobre todo en el patrimonio histórico, las artes clásicas y la cultura popular tradicional.

En la primera línea, es decir, la producción de mensajes recreativos e información para mayorías, México dispone de recursos tecnológicos, económicos y humanos como para generar con cierta autonomía su producción nacional y expandirse en la región. El problema en este circuito no es la capacidad de producción nacional, sino su concentración monopólica en una sola empresa privada (Televisa), lo cual reduce las posibilidades de una representación plural y crítica de los intereses públicos.

En el segundo subsistema -la información, el *know how* y la cultura para tomar decisiones e innovar- la asimetría y la subordinación de México son notorias y todo hace pensar que se agudizarán al eliminarse aranceles a la producción extranjera y los pocos subsidios al desarrollo tecnológico local. Una mayor dependencia cultural y científica en las tecnologías comunicacionales de punta, que requieren altas inversiones financieras, y a la vez son las que generan innovaciones más rápidas, nos volverá más vulnerables a los capitales y las orientaciones ideológicas transnacionales.

En el tercer circuito, el del patrimonio histórico y la cultura popular tradicional, es previsible que la influencia del TLC y en general de la apertura económica será débil, ya que se trata de zonas donde el rendimiento económico de las inversiones es menor y donde la inercia cultural interna es más prolongada. Sin embargo, algunos de los que han intervenido en el debate sobre el TLC llamaron la atención a los cambios en la cultura cotidiana que pueden engendrar las exigencias de productividad y eficiencia de las sociedades metropolitanas si se aplican rígidamente en

México. La competencia internacional requiere que nuestra producción se reorganice desde otra cultura empresarial y otra cultura obrera. Guillermo Bonfil observaba, en el último artículo que escribió, que ciertos cambios que vienen produciéndose en la legislación económica y en la organización laboral para adecuar a México a la integración norteamericana, toman poco en cuenta los hábitos antiguos y las transformaciones culturales de larga duración que se requieren para lograr un ascenso rápido en la productividad, la eficiencia, de acuerdo con las normas del mercado neoliberal. Él ponía el ejemplo de la producción agrícola: "Nuestra agricultura tradicional, forjada en el transcurso de milenios, busca la diversificación para alcanzar la autosuficiencia. Obedece pues, a una lógica de la producción que es radicalmente opuesta a la lógica que privilegia el mercado. La contradicción no es nueva (véase la historia política de crédito al campo, empeñada en impulsar cultivos comerciales en detrimento de los de subsistencia); sólo que en el proyecto actual esta contradicción se acentúa y se torna más nítida e irreductible. Y no es sólo un problema de orientación del crédito: toca directamente asuntos como las formas de tenencia de la tierra (el ejido y las tierras comunales frente a la propiedad privada), la organización del trabajo y, a fin de cuentas, las bases mismas de la vida rural. No hay por qué escandalizarse del cambio; la cuestión está en quiénes lo deciden y con cuáles razones: ¿qué peso tiene la opinión real de los campesinos acerca de los cambios que se demandarán de ellos? ¿quiénes y cómo van a decidir si la opción favorable es la especialización de la producción agrícola en cultivos comerciales o, por el contrario, la diversificación orientada hacia la autosuficiencia alimentaria?"⁶

Esta cuestión nos conduce a otra dimensión clave de la vida nacional -la educativa- sobre la cual no podemos extendernos ahora. Cabe señalar, al menos, que si vamos a necesitar una nueva cultura productiva debe promoverse sobre todo a través de la educación.

Pero esto nos vuelve a colocar ante el lento ritmo de los procesos culturales, muy diverso del de la economía. Una de las preguntas decisivas para establecer con qué partes de nuestra sociedad vamos a entrar al Tratado, es si podemos realizar las inversiones necesarias en educación, ciencia y tecnología para actualizarnos en conocimientos y hábitos, para competir aceptando los tiempos de respuesta en estos campos culturales. José Warman decía en un seminario sobre el TLC que si en el sistema financiero modificamos la paridad del peso el lunes, el viernes registraremos cambios en gran parte de la economía; si realizamos innovaciones productivas y tecnológicas en una empresa, en uno o tres años habrá respuestas del mercado; en cambio, si buscamos en la educación y la cultura productos de buen nivel, se necesitan 20 años. No se puede mejorar en los tiempos de la economía la calidad de la producción científica, ni las modalidades del desarrollo cultural.⁷

Una última anotación sobre estos tres circuitos parece útil en relación con el estado de debate sobre el TLC. Si seguimos sosteniendo la visión integral de la cultura que siempre ha defendido la antropología, no tenemos por qué situar en el tercer circuito, el del patrimonio histórico y la cultura popular tradicional, el único escenario de resistencia y perseverancia de la identidad mexicana. La existencia de la cultura nacional depende de las transformaciones de los tres circuitos mencionados. Si no se desarrollan políticas nacionales en las comunicaciones masivas y en relación con las tecnologías de información y comunicación -o sea en las áreas más dinámicas y de mayor influencia- la capacidad de sostener aspectos claves de la identidad y un desarrollo autogenerado disminuirán velozmente.

En los tres circuitos se trata, más que de construir refugios y museos, de elaborar posiciones

propias en las que una capacidad energética y matizada de redefinición del proyecto nacional combine en forma democrática lo que se requiere mantener de las tradiciones locales con lo que se desea incorporar de lo extranjero y lo nuevo.

Intensificar las relaciones con Estados Unidos y Canadá puede significar mucho más que una subordinación al imperio. Una circulación más libre y diversificada de bienes y mensajes puede atenuar el monopolio unilateral de las comunicaciones en México y enriquecer el sentido social. Es sabido también que en Estados Unidos la creciente proporción de hispanohablantes configura a la vez un mercado virtual para los productos mexicanos y un conjunto social donde puede encontrarse apoyo solidario para el desarrollo cultural y político de México. Pero quizás uno de los pasos claves para expandir estas posibilidades es pasar de la simple memoria y promoción del patrimonio histórico-territorial a una comunicación multicultural insertada en la radio, la televisión y el video, en los medios avanzados, con los cuales los mexicano-norteamericanos se relacionan familiarmente.

"La irresponsabilidad llega hasta aquí"

Dos preguntas para terminar: ¿Qué se necesita para atravesar los cambios de identidad y de cultura que requiere integrarnos internacionalmente en esta etapa de globalización? ¿Podemos transformar la teoría social y la investigación antropológica para que el conocimiento de la identidad trascienda su simple puesta en escena del museo? A la imagen del museo opondré dos que pueden ayudarnos a pensar los dilemas de la identidad: el aeropuerto y la venta de garage.

Creo que este intento de colocar los procesos culturales en interacción con los cambios económicos y sociales conduce a reformular la cuestión de la identidad. Por una parte, sirve para liberar a las decisiones económicas y políticas de lo que podríamos llamar las políticas de aeropuerto hacia la identidad: me refiero a la simplificación tecnocrática con que a veces se trata de adecuar los estilos culturales de una sociedad, mediante decretos o acuerdos de libre comercio, a las exigencias coyunturales de intercambio con otras. Reactualizamos así el viejo saber antropológico según el cual los cambios tecnológicos, económicos y políticos sólo pueden hacerse si se entrelazan con transformaciones culturales y se toma en cuenta su larga duración.

Por otra parte, la consideración de la identidad cultural no como una entidad espiritual y ahistórica, sino como un conjunto complejo de procesos cambiantes que depende de inversiones financieras y condiciones materiales de producción, no sólo de tradiciones orales y actos gratuitos, sino de tecnologías a veces costosas como las industrias audiovisuales, obliga a repensar la cuestión de la identidad en medio de las decisiones económicas, estructuras tecnológicas e instituciones políticas que condicionan su desenvolvimiento. De este modo, nos alejamos de cualquier visión fundamentalista, sustancialista y atemporal de la identidad, recurso aún atractivo cuando se quiere deshacerse de las incertidumbres sobre el orden nacional con "soluciones" autoritarias.

En este tiempo en que se desdibujan las fronteras entre lo propio y lo ajeno es difícil para los Estados justificar su poder como representantes y custodios de una cultura nacional distintiva e indudable. Encontré hace poco en el aeropuerto de Caracas una serie de carteles oficiales que aluden elocuentemente a la incomodidad que sienten algunos gobiernos al mostrar lo que suponen su identidad nacional ante extranjeros. El cartel dice: "La irresponsabilidad llega hasta aquí. En

el aeropuerto la conducta ciudadana es cuestión de disciplina."

Esta leyenda pone en escena la subestimación de la propia cultura, que en los países latinoamericanos suele acompañar la apertura de la economía al capital transnacional. Si pensamos que el aeropuerto es el lugar donde termina la nación, el enunciado "la irresponsabilidad llega hasta aquí" significa que la irresponsabilidad es un componente básico de la cultura nacional. Pero la continuación de la leyenda -"En el aeropuerto la conducta ciudadana es cuestión de disciplina"- señala una tensión entre lo real y lo éticamente exigido. Es como si se dijera: "ante los extranjeros, ante los que llegan al aeropuerto, los venezolanos deben comportarse responsablemente". Como si esta característica -la responsabilidad- fuera también un rasgo de la cultura nacional, al menos de la cultura del deber ser.

Sin embargo, la afirmación de que la conducta responsable "es cuestión de disciplina" insinúa que sólo con autoridad y exigencia, disciplinando a los ciudadanos, podría lograrse que fueran responsables. O sea que la segunda afirmación vuelve a confirmar que la irresponsabilidad sería una característica estructural de la cultura nacional, la que surgiría "naturalmente" si no se le disciplina.

Puede encontrarse en el discurso que se maneja en México con motivo del TLC algo semejante. La fórmula frecuente "Al tratado hay que entrarle con calidad" es dicha como una exigencia que se contrapone a la falta de calidad de nuestra producción.

Sin duda ciertos productos nacionales tienen un rendimiento insuficiente para ser competitivos frente a los de las metrópolis. Pero estas deficiencias pueden ser leídas de varias maneras. Algunos la explican como consecuencia de la sobreprotección que el estado dio durante décadas a las industrias nacionales, mediante exenciones de impuestos y límite a las importaciones que podrían competir: en tal caso, creen que la calidad se obtendría con simples medidas económicas, como que el Estado retire el proteccionismo nacionalista y deje que la competencia del mercado haga sobrevivir a los más aptos. En este argumento se omite cualquier referencia a cuestiones culturales: por ejemplo, los efectos internacionalmente homogeneizadores y la consiguiente desventaja que suele tener esa concepción de la productividad competitiva para los hábitos tradicionales de la población.

Quienes consideran la dimensión cultural, en muchos casos juzgan que el modo de ser atribuido a los latinoamericanos-perezosos, poco eficientes y corruptos- hace difícil cumplir con los requisitos de la producción capitalista avanzada. El recurso que se les ocurre para salir de esta incapacidad es el de la leyenda venezolana: disciplinar a la población. ¿Qué puede decir ante esto la antropología? También a los científicos sociales nos tienta poner orden en las aduanas. No levantamos muros, ni cavamos hoyos en las fronteras, pero muchas veces hemos procurado superar las complicaciones que le ocurren a la identidad con la política del museo: la esencia y los límites de lo nacional o de lo étnico parecieran quedar, entre sus paredes y sus vitrinas, librados a las incertidumbres de la globalización.

Según el antropólogo chicano Renato Rosaldo, lo que podemos hacer hoy al exhibir la identidad se asemeja, más que a una operación museográfica, a una venta de garage. En vez del orden y equilibrio con apariencias de eternidad que el museo simulaba, es más útil concebir la tarea del antropólogo al estilo de una venta de garage, como la de alguien que trabaja no sólo con objetos nuevos o auténticos, sino con objetos usados y acepta que los usos forman parte de su valor. No todas las connotaciones de la venta de garage me gustan: por ejemplo, la implicación excesiva-

mente comercial. Pero en este juego de metáforas con el que se busca redefinir los escenarios de la identidad, encuentro algunas ventajas en no limitarse a establecer la cultura en los museos o ponernos a observar cómo la exhiben en los aeropuertos. La poca solemnidad, el carácter cotidiano y familiar de la venta de garage puede contribuir a que miremos con más atención los lugares donde -como dice Rosaldo- los objetos "fluyen de lugares remotos y nada es sagrado, permanente ni herméticamente cerrado".⁸

NOTAS

¹ Este texto surge, en parte, de la investigación Educación y cultura ante el Tratado de Libre Comercio, coordinado por N. García Canclini, con la colaboración de Bernardo Méndez, Eduardo Nivón, Patricia Safa y José Manuel Valenzuela.

² Declaraciones de J. Serra Puche el 12 de junio de 1991. Se refiere a la gran exposición sobre México presentada en 1990 - 1991, primero en el Metropolitan de Nueva York y posteriormente en San Antonio y Los Ángeles.

³ Néstor García canclini, Patricia Safa y Lourdes Grobet, *Tijuana: la casa de toda la gente*, México, INAH-ENAH, Programa Cultural de las Fronteras, UAM Iztapalapa, CONACULTA, 1989.

⁴ Mc Kensey y otros, *Une frontière dans la tête. Culture, institutions et imaginaire canadiens*, Montreal, Liber, 1991.

⁵ René Delgado, "El TLC no afectará nuestra identidad nacional", *La Jornada*, 18-7-91, p. 10.

⁶ Guillermo Bonfil Batalla, "Dimensiones culturales del Tratado de Libre Comercio", *México indígena*, N° 24, septiembre de 1991, p. 16.

⁷ Intervención de José Warman en el Seminario "Impacto cultural y educativo del Tratado de Libre Comercio" realizado por la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, la Universidad Autónoma de México y la Fundación Nexos en la Ciudad de México, los días 11 y 12 de noviembre de 1991.

⁸ Renato Rosaldo, *Cultura y verdad. Nueva propuesta de análisis social*, México, Grijalbo-CNCA, 1991, p. 50.