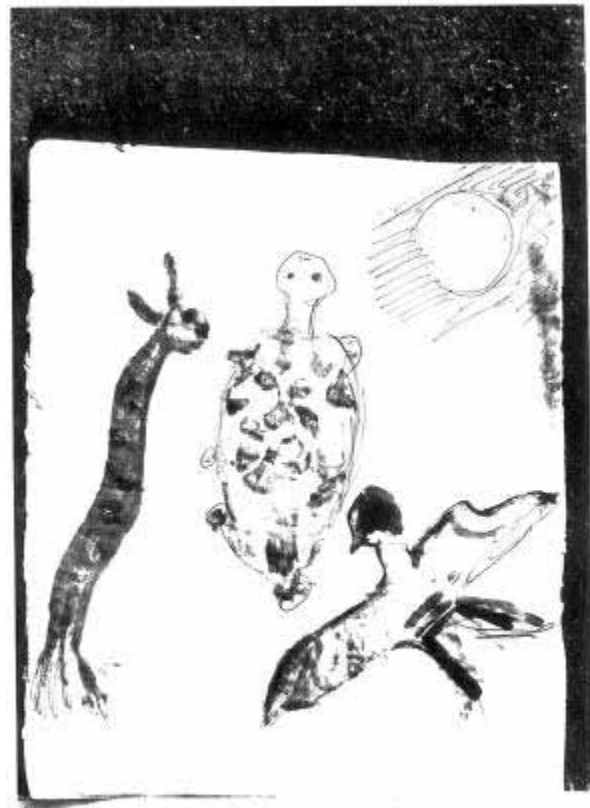


El patrimonio cultural y las señoritas universo

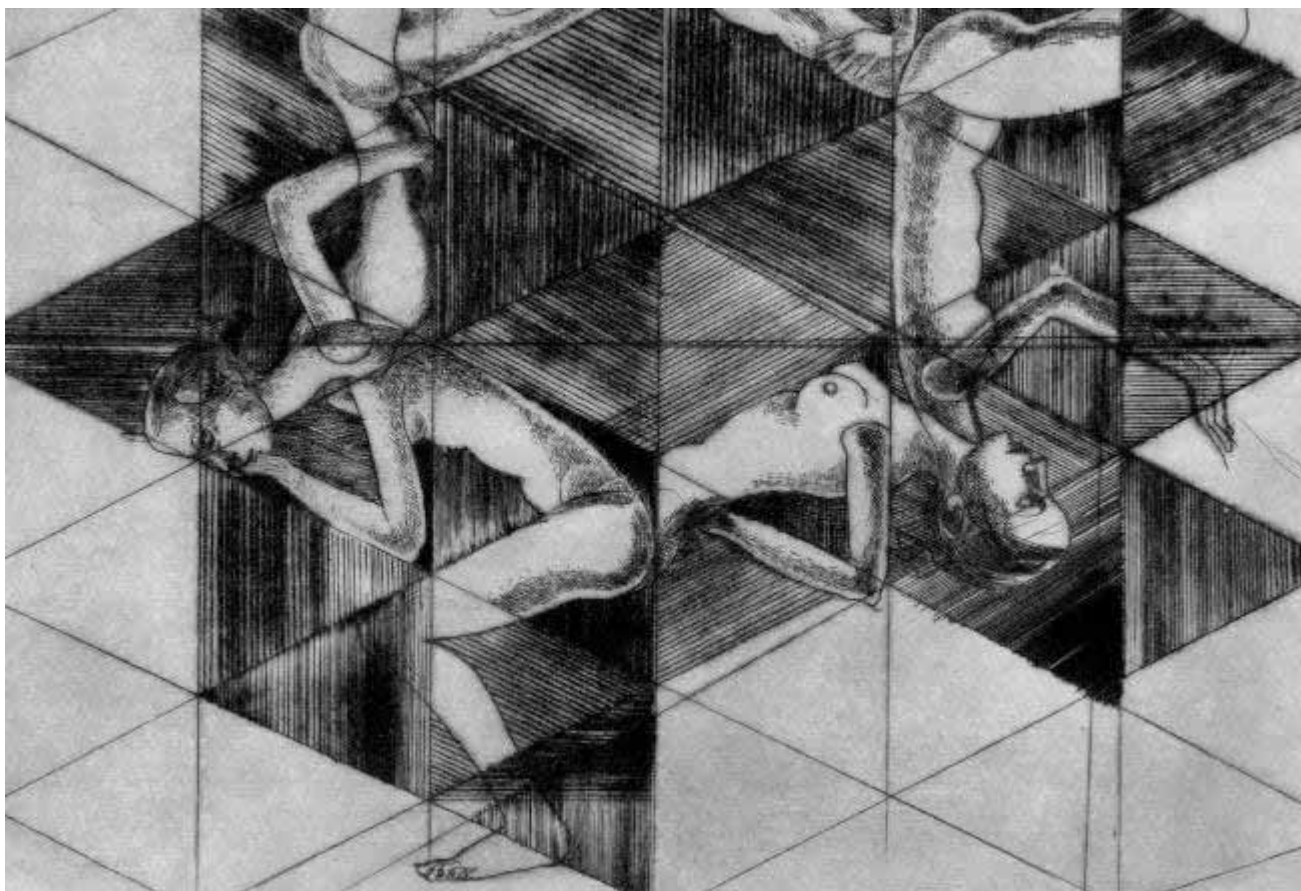
FRANCISCO JAVIER GUERRERO

El editorialista del periódico La Jornada, Octavio Rodríguez Araujo, hizo en época reciente una velada defensa de la implantación de la empresa transnacional Wal-Mart en Teotihuacán y señaló que los sitios arqueológicos están para ser “admirados” en los lugares que “designen las autoridades”. Así, nos encontramos con que don Octavio confunde a los sitios arqueológicos con las “Señoritas Universo” que también están para ser admiradas en los lugares que designen las autoridades correspondientes. Por otra parte, esto no es sólo asunto de las autoridades; es asunto de la investigación antropológica y del conocimiento arqueológico, que constituyen las bases para las decisiones de las autoridades en este campo.

Se puede inferir que Rodríguez A. no tiene mucha idea de lo que significa el Patrimonio Cultural (PC). En primer lugar, muchos bienes culturales que aparentemente no son “admirables”, son elementos



Iris Aldegani



Guillermo Ceniceros

significativos del PC. Así, una pequeña pirámide rudimentaria de la era preclásica puede ser muy importante en el registro arqueológico; lo son también los montículos de Stone Hengen, construidos en base a materiales pétreos de Gales. Pero lo que más se le escapa al editorialista de marras es el significado que tiene la ubicación de la empresa citada en la zona arqueológica de Teotihuacán, en un perímetro que supuestamente carece de vestigios arqueológicos; el problema no es esta carencia, aunque debemos tomar en cuenta que los rastros arqueológicos no consisten sólo en materiales tangibles y de escaso desgaste, sino elementos que dan razón de los patrones de asentamiento, de las humildes moradas de los habitantes del Teotihuacán prehispánico, de sus hábitos de recolección y caza, etcétera.

El arqueólogo Enrique Nalda, refiriéndose a las definiciones de la Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticas e Históricas, promulgada en 1972, indica que conforme a ella “restos de maíz prehistórico y murales teotihuacanos, por ejemplo, pertenecen al mismo plano: ambos contribuyen a esa construcción (la construcción de una historia, FJG). De hecho, restos aparentemente sin importancia podrían resultar de valor inestimable, mientras que artefactos de alta calidad estética pueden llegar a ser redundantes, por no decir insignificantes; polen recuperado en un suelo enterrado puede permitir reconstruir el medio ambiente y su transformación por una sociedad particular; un templo maya puede significar tan solo la confirmación de la existencia de un estilo arquitectónico en una región” (la cita de Nalda se

halla en Enrique Florescano (comp.). El Patrimonio Cultural de México, FCE-CONACULTA, México, 1993, p. 133). Nalda hace una crítica a estas definiciones, de la cual no puedo ocuparme en este espacio.

Pero lo más patético en este caso es una auténtica destrucción del paisaje cultural y natural de Teotihuacán como escenario privilegiado de la creatividad humana. La urbanización mercantil acosa, asedia, sitia y no pocas veces devora a los sitios arqueológicos y zonas históricas, con lo cual agrede a las señas de identidad de los grupos humanos y a sus memorias históricas. Puede alegarse que la implantación de una empresa como Wal-Mart es demandada por las propias poblaciones; en este caso, la de Teotihuacán. En efecto, estas grandes empresas comerciales desarrollan eficaces estudios de mercadotecnia y toman en cuenta los requerimientos de las personas que pueden convertirse en clientes potenciales; ellas, con ofertas mucho mayores de grandes variedades de bienes y servicios –en algunos casos desconocidos en las áreas donde se implantan– generan fuertes imágenes de atracción. A la vez, desarrollan auténticos dumpings contra empresas medianas y pequeñas ofreciendo muchos artículos a precios bajos (que coexisten con otros bastante caros), otorgan descuentos, organizan sorteos, etc. Aquí recordamos que Jerónimo Arango, presidente del Consejo de Administración de Cifra, S.A., propietario de los supermercados “Aurrerá”, es un empresario que proclama que los pobres también compran, y muchos de sus negocios, en los que se venden desde tortillas hasta televisores, están situados en las llamadas ciudades perdidas de la capital mexicana, que son barrios de gente de clase media y baja, que por la vía de la economía informal o de ingresos por jornales han conquistado un poder adquisitivo individualmente bajo, pero masivamente alto (Patricia Ramos y Gerardo

Reyes, “Jerónimo Arango”, en Gerardo Reyes, coord. Los dueños de América Latina Ed. Grupo Zeta, México, 2003, p. 120). A principios de los años noventas del siglo pasado el conglomerado de Arango se alió con Walt-Mart, la cadena de tiendas al menudeo más grande y rentable de Estados Unidos. Cifra Walt-Mart de México opera 570 establecimientos comerciales con almacenes, centros de autoservicio, restaurantes y tiendas de ropa (ibid).

Estas empresas mercantiles crean empleos y cumplen expectativas en diversas esferas para muchas personas. Como me comunicaba hace varios años un amigo que vivía en Cuernavaca, esta ciudad pese a ser la capital de la República Mexicana, era un verdadero páramo cultural en donde lo único que se leía, según él, eran cartas de los restaurantes; existían librerías que vendían unos cuantos libros de texto y sólo destacaba en el ámbito mercantil la Librería de Cristal, a donde se acudía a comprar sobre todo best-sellers, algunos de muy dudosa calidad. Con el arribo de la empresa Sanborn's se enriqueció el acervo



Lourdes Domínguez

libresco de esa ciudad, ya que aportó nuevos títulos y colecciones (a principios de los años ochentas el magnate mexicano Carlos Slim compró esa entidad mercantil).

Hechizados por las glorias del consumismo, algunos sectores de la población (como sucede en Teotihuacán) avalan y hasta exigen la presencia de las empresas transnacionales, aunque a largo plazo empieza a cundir el desencanto. Estas empresas (ET) establecen por lo general sistemas de fuerte explotación y de sobreexplotación, de negación de derechos de los trabajadores, de expoliación y maltrato de sus laborantes, evaden controles sobre su marcha y como fuentes de contaminación (a la parte septentrional del país la han convertido en una frontera tóxica y esta toxicidad se extiende al resto de la República Mexicana), exportan sus utilidades y cuando reinvierten parte de éstas en el comercio y la industria de los países receptores desplazan y eliminan al comercio y a la industria nativas. Debido a su gran poder, ponen a su servicio a muchos aparatos estatales, sobre todo en países subdesarrollados, con lo que debilitan

e incluso aplastan las soberanías nacionales. Ciertamente, en la actualidad ninguna nación puede vivir en la autarquía y el aislamiento. Pero tampoco puede vivir dejando de vivir, es decir, difumándose como nación para permitir que su población y recursos se configuren como botines de naciones poderosas en el marco de una "globalización" que no es más que la puesta en marcha de un proyecto de dominación mundial. El caso de apoderamiento de territorios con riquezas culturales, parcial o totalmente, o su aprovechamiento mercantil, es sólo un ejemplo de cómo las grandes empresas y los Estados a su servicio modifican la faz del planeta. Consideramos que el modus operandi de la mayoría de los grandes monopolios y oligopolios conduce a la guerra por los recursos estratégicos, hecho que incluso los recién nacidos saben; quien no lo sabe es el ilustre señor Huntington, con su insistencia acerca del "choque de las civilizaciones". Pero también conduce al incremento notorio de la conflictividad extra-bélica (que en ocasiones variadas desemboca en la conflictividad bélica). ■



Melva Medina