



Liberen a Buda...

RENÉE DE LA TORRE

Diario de viaje a Bangkok, diciembre del 2014

TALANDIA es tan budista como México lo es para el catolicismo: 90% de su población lo profesa. Continúa siendo un estado monárquico, en el cual budismo y realeza se muestran íntimamente emparentados. Su capital, Bangkok, es una enorme ciudad, con los graves problemas de una megaciudad del tercer mundo; con deficiente planeación urbana, pero a la vez testigo de un gran reino. El paseo por el río es una perfecta metáfora de un viaje que permite evocar el glorioso pasado del reino de Siam, ahora navegable en aguas contaminadas. Pero más allá del ensueño de sus palacios dorados, da la impresión de ser una ciudad caótica, que aunque se le ve pujante como a Shangai, también se le percibe desordenada y sucia; tanto en sus vías públicas, como en los medios de transporte.

La vista panorámica que nos ofrece la llegada desde el aeropuerto al hotel permite constatar que entre los rascacielos permanecen cientos de templos y monasterios budistas. Me recuerda a Cholula, un poblado tlaxcalteca que dicen tiene un templo por cada día del año, pues desde la ventana del veinteavo piso del hotel, hacia donde uno mire se asoman las torres de agujas doradas de las pagodas budistas. El budismo está por todas partes: en las casas, en los mercados, en los hoteles, en las calles, en el Estado, en los centros comerciales, en los cuerpos, en los espectáculos. El budismo es un asunto público en Tailandia, pero muestra, al igual que su capital, muchas caras contrastantes de Buda.



“Knowing Buddha”

El personaje Buddha de la serie *Buddies* de Disney.

Al llegar al aeropuerto, grandes fotografías de la pareja real brindan una bienvenida a Tailandia. En el trayecto en taxi hacia el hotel, leemos un gran espectacular que alerta: “comprar o vender Budas es una falta de respeto”. La campaña se llama “Knowing Buddha”, y averiguamos que inició en 2012 a raíz del uso del nombre de Buddha para un perro con poderes espirituales en la serie *Buddies* producida por Disney. Desde entonces esta agrupación ha pedido a la compañía que cambie el nombre de su personaje, y ha estado realizando cruzadas de concientización por el uso desmedido de la imagen de buda para la publicidad de restaurantes, antros, productos de belleza y spa, turismo, objetos decorativos, y dentro de la red neoesotérica.

Esta campaña se hace visible en diferentes templos budistas que actualmente son atractivo de millares de turistas cada día. La encontramos en el Gran Palacio —uno de los lugares más visitados por turistas extranjeros— que fue construido en 1782, y que fue la casa del rey durante 150 años. En este lugar turístico todavía se realizan ceremonias de la monarquía y, además de extranjeros, es común encontrarse con monjes budistas. Algunos monjes se suman al turismo, tomando fotos grupales o *selfies* en el lugar sagrado, pero otros se les ve practicando sus oraciones y ofrendas. Junto con los miles de turistas que visitan diariamente el recinto, algunas de las pagodas continúan siendo practicadas, y en ellas, además de las ofrendas, se realizan ceremonias y rituales budistas a los ojos de los turistas.

La campaña “Knowing Buddha” se hace presente en los sitios de atracción turística, montando unas sombrillas que anuncian la necesidad de conocer a Buddha, no como un producto publicitario sino en su sentido de religiosidad. El mensaje

hace referencia a que detengan el uso indiscriminado de la imagen y el nombre de Buda en tatuajes y mobiliario, y que la gente se acerque y reconozca el sentido sacramental y espiritual del budismo. Además, enseñan a los turistas a ser respetuosos con los altares, a entender el sentido de las ofrendas, a quitarse los zapatos al entrar a un templo y a hacer la reverencia en sus santuarios. Se trata de una campaña para liberar a Buda de la intensa comercialización que ha colocado su imagen fuera de lugar. Aunque la principal preocupación de esta organización ha sido la mercantilización internacional de Buda, ya que les parece irrespetuosa y consideran que está generando una banalización del culto religioso.



El budismo: una espiritualidad de Estado

Además de permanecer en templos y monasterios, Buda recubre un imaginario imperial, que de alguna manera concuerda con una religión de Estado. Se puede percibir una espiritualidad reinante y dominante. Taylor explica en su libro *Buddhism and Postmodern Imaginings in Thailand*, que a partir de 1972, en que Tailandia vivió una crisis económica, el Estado retomó al budismo como estandarte de legitimación. El budismo de Estado se asoma y se exhibe constantemente en el espacio público, en las calles, en los cruces de avenidas, en las carreteras, en las fachadas de las casas, en las plazas y parques públicos están presentes pendones, banderines, espectaculares en donde el rey y sus esposa siempre están acompañados de los símbolos del budismo, de monjes reconocidos, de los colores naranja propios de los monasterios. El uso de los retratos del rey investido del espíritu del budismo también está presente en las calles, en los comercios, en las casas. Por ejemplo, los monjes y colores de Buda acompañan las campañas del rey que se muestran en grandes pendones y espectaculares colocados por las calles de toda la ciudad y en los exteriores de los edificios públicos. No se ve secularización. El budismo está presente en el mantenimiento y legitimación del régimen político y monárquico, este último recientemente cuestionado. Pero también el Estado se adentra a los monasterios y a las pagodas, que sirven como escenario de actos públicos.



La pagodas, lugares abiertos multipracticados

Hoy, las pagodas son centros de atracción turística. Sus usos son múltiple, y lo uno no inhibe a lo otro. Por ejemplo, estos templos son visitados por multitudes diarias que llegan en excursiones arrasando con el lugar sin tener idea alguna del budismo, ni de la historia. El atractivo es tomar la foto para testimoniar que se estuvo ahí. Los celadores cuidan el ambiente sacro del lugar normando la vestimenta y exigiendo que la gente se descalce al entrar en los recintos sagrados.

Por lo demás se permite tomar fotografías en cualquier momento, hablar sin importar la devoción de otros. Y entrar y salir en cualquier momento. A diferencia de otros lugares turísticos, estas pagodas continúan siendo templos practicados. Los monjes tienen una presencia habitual; pero, además, los fieles acuden a realizar sus ofrendas, a rezar e incluso a leer su destino. Lo más sorprendente es que son a su vez escuela de masajes, y, por si eso fuera poco, siguen siendo el escenario de los eventos políticos y de la monarquía.

La mayor atracción de los turistas es visitar Wat Pho, el recinto donde se encuentra el Buda acostado, una escultura de oro que mide más de siete metros de largo. Es el escenario para la toma de los *selfies*. Ahí, además, se anima a los turistas a participar en el ritual de las monedas, pagando una suma pequeña por un cúmulo de monedas que son colocadas en recipientes de metal, y que pareciera están realizando una música especial, que para los budistas simbolizan rezos sagrados.

Al salir de este lugar, nos llamó la atención un

grupo de monjes budistas de mediana edad (no jovencitos estudiantes) quienes, junto con un burócrata, entraron en un salón. Yo pensé que se dirigían a realizar un rezo a Buda, mi sorpresa es que se dirigieron a un templo en cuyo

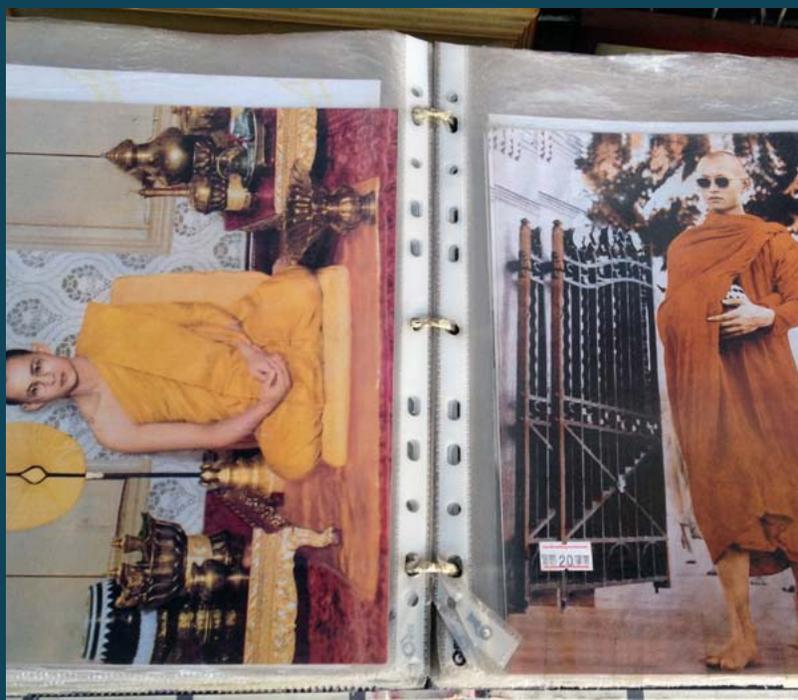
centro estaba un gran retrato de un héroe de la Marina, con su traje mostrando condecoraciones y una banda de alto rango. Era un altar custodiado por numerosas estatuas de Buda, en donde posteriormente realizarían un homenaje a este político a quien se le reconoce como *father of the Thai Navy*. Me llamaron la atención tres elementos que muestran la intrincada sacralización de la política y la politización del budismo: 1) que al héroe del ejército de la marina se le hiciera un altar igual al de los ancestros y a los de las imágenes de Buda. Se colocó una pequeña mesa con la fotografía del héroe, con incienso prendido y las imágenes de Buda, con rosas rojas y en especial con flor de loto, pero sobre todo con la imagen del militar en bultos dorados (igual que la versión *kitsch* de los budas); e, incluso, con réplicas en plástico del militar (igual también que los nuevos Budas caricaturizados que venden en los mercados). Las ofrendas también eran las mismas que se le ponen a los políticos que a las imágenes de Buda; 2) que quienes organizaran el acomodo del

lugar previo a la ceremonias fueran los monjes junto con los marinos. Los primeros fueron a dar el visto bueno sobre la manera en que se había dispuesto el altar de ofrendas; y 3) que mientras esto sucedía, detrás del altar de las ofrendas estuviera realizándose un



masaje (una mujer tirada en el piso, con una masajista realizando su trabajo de pie sobre el cuerpo de la paciente). Ello nos sorprende en especial a quienes vivimos en países altamente laicizados, acostumbrados a la división entre la religión y la política. Pero eso no sucede en Bangkok, en donde el budismo está presente en las otras esferas de la vida: en la de los masajes, en la de la política, en la de la monarquía, en la de la vida comercial y el turismo.

Unos días antes, acababa de pasar el cumpleaños del rey (el 5 de diciembre), el cual fue festejado con un gran desfile por las principales calles y carreteras de la capital. Todavía se pueden ver los pendones, banderas, fotografías y espectaculares que se usaron para decorar las calles, las casas y los negocios para festejar al rey. Sus fotografías se exhiben con su traje de gala. Las banderas del reino de Tailandia ondean junto con las banderas del país de Tailandia. Afuera de los monasterios el rey aparece retratado con monjes ancianos, que parecen ser reconocidos como venerables guías espirituales en los monasterios. De hecho, cuando visitamos el Palacio Real, además de acoger las salas para eventos oficiales del rey, preserva pagodas y grandes templos con imágenes valiosas de Buda. El día que asistimos coincidió con una ceremonia oficial, lo supimos porque había todo un dispositivo para filmar una película, y porque estuvo restringido el ingreso al principal templo de Buda esmeralda. En el barrio francés nos topamos con una calle completa donde están los talleres que se dedican a hacer banderas y adornos para festejar al Rey. En ellos se vende una amplia gama de objetos parafernalia para celebrarlo: banderas, pendones, fotografías sobre las diferentes facetas del rey. En un álbum con fotos para venta pude ver al monarca vestido de monje con lentes oscuros estilo John Lennon, en otra de cazador, y otra más de militar. El rey es polifacético, es la representación de una tradición con linaje imperial que avanza hacia la modernización. Al rey se le hacen honores en cada calle, en cada poblado de la carretera donde se muestran sus fotografías gigantes. Incluso en cualquier sala del cine, antes de presentar la películas, se presentan los saludos del rey y todos los presentes se levanta de su asiento, como una manera de expresar sus honores. Pareciera que en Tailandia el budismo es una religión al servicio del reino y del Estado. Contribuye a la legitimación de la monarquía. Buda es patrimonio nacional y como tal reviste el imaginario imperialista del actual Reino de Tailandia.



El turismo: el budismo como espectáculo

Grandes y ostentosas estatuas de oro, de jade, de esmeralda, de bronce, son el centro de las peregrinaciones de miles de turistas. Entre los turistas están tanto los extranjeros como los mismos estudiantes a monjes que los llevan en visitas guiadas a los templos, y que a la vez son fotografiados para sí mismos, como para brindarle autenticidad a la visita del turista. El uso de la fotografía invade las dinámicas de estos recintos en donde se mezcla la práctica religiosa con el turismo. Los monjes son parte del paisaje a fotografiar. Ellos lo saben, y actúan para ser parte de dicha escenografía. Pero para ellos también es importante tomarse el *selfie* en las pagodas turísticas. Constantemente los monjes están conectados con la tecnología, tomando fotos con los celulares, posando para los turistas en todos los lugares. También se les ve consultando el Facebook, al cual un joven monje llamó el nuevo poder de Siddharta para transportarse mentalmente por el universo, meditando con el celular. Sus dispositivos tecnológicos suelen ser marca Apple. También andan por todas partes, y no hay que ir a los monasterios escondidos en las montañas para dar con ellos. De hecho, en el hotel donde me hospedé, gran parte de los huéspedes vestían sus túnicas de monjes

budistas. Era un hotel cinco estrellas que daba al río, y que contrastaba con la idea de humildad y de espiritualidad alejada de lo mundano que uno tiene sobre el budismo. Al principio me sorprendía, pues no esperaba convivir diario con los monjes en este escenario tan mundano. Viajé a Indochina con esa imagen idealizada del Oriente místico que proyecta un camino para el desprendimiento y el encuentro interior. Algo que nos hace compartir el imaginario de que el budismo está más allá del materialismo, del trañín de la vida contemporánea, del consumismo, de los lujos. Todas las mañanas veía a los monjes, con túnicas de diferentes colores, de distintas edades, compartiendo el buffet del desayuno. Pero también coincidían en los transportes públicos, y especialmente en los lugares turísticos. En Tailandia todo varón tiene como obligación de su formación internarse al menos tres meses en su vida al monasterio budista. Muchos de los monjes son jóvenes con aspiraciones mundanas, y no tan sagradas o espirituales como uno puede imaginar. Lo que sí te advierten es que una mujer no debe rozar con su cuerpo a un monje, porque entonces se desvirtúa. Por lo demás, parece no haber restricciones en mezclarse con el mundo contemporáneo.





El Buda popular: la imagen como amuleto

Buda se clona en pequeñas figuras colocadas en millones de altares que están por doquier. Existen diferentes imágenes de Buda. Algunas remiten a Budas regionales (como los santos patronos de los pueblos y barrios en el catolicismo popular), otras contienen posturas que representan valores como la enseñanza, la contemplación, la meditación; y otros más han sido fetichizados como protectores amuletos de la suerte para diferentes fines como el negocio, el amor, la prosperidad, la salud. Las imágenes de Buda, reproducidas en figuras que se compran en los mercados, están presentes en pequeños altares que se colocan por doquier: en hoteles y casas, restaurantes, negocios, gasolineras, jardines, azoteas de los departamentos multifamiliares, estacionamientos y sobre todo en todos los automóviles. En cada lugar, al entrar siempre habrá un altar con ofrendas de incienso, agua, comida y flores. Cuando uno transita por las calles y las carreteras constata que cada barrio y poblado anuncia su Buda, como si fuera un santo patrono. Buda también tiene altares móviles en los taxis, para los cuales se diseñaron ofrendas plásticas de flores que emulan el volante de automóvil. Buda está en calendarios. Se le ve en reliquias cada vez más portátiles para la suerte y protección. Buddha está impresa en los cuerpos a través del *tattoo*. Toda esta Budamanía tiene un sentido religioso, y aunque a veces su clonación puede vanalizar la presencia de Budha, es posible ver que ha sido gracias a las mercancías de imágenes de Buda que la práctica devocional es omnipresente. De esta mane-

ra, Buda adquiere el don de la ubicuidad, propiedad que comparte con las imágenes de Vírgenes y santos propios del catolicismo popular. El budismo popular, poco se parece a aquel que pregonan los *new agers* en Europa y en América. No se parece al procurado budismo zen, ni se manifiesta como una filosofía del *self*, sino más bien como un culto popular parecido al culto a los santos y vírgenes de América Latina. Buda es ante todo un icono, una imagen que protege y aporta abundancia. Por todos lados se venden efigies de Buda para ser portadas como talismán de la suerte y no solamente como objeto de devoción y ofrendas.





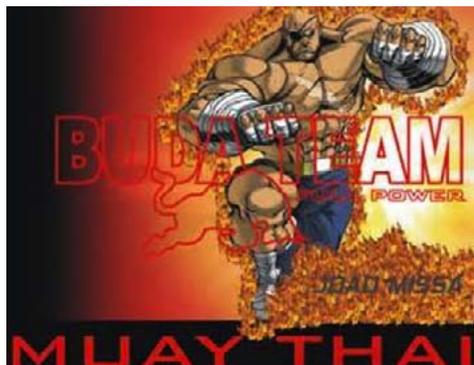
El Buda espiritual: la adjetivación de la espiritualidad

Ese otro Buda, es el tipo tailandés (delgado, con su pico en la cabeza y de cobre o metal, o el buda con el tercer ojo, y es el preferido para proyectar al buda místico-espiritual imaginado por el *new age*, es el que anuncia spas holísticos, bares lounge, masajes con meditación). Lo holístico es un slogan de un nuevo consumo que espiritualiza a Buda como un camino espiritual. En un restaurant elegante, de estilo minimalista se anunciaba el menú como “comida holística”. El spa de un hotel cinco estrellas, recomendaba el masaje espiritual, basado en las enseñanzas tradicionales de Tailandia. Este budismo se busca ofrecer como una filosofía y no como religión, ni como mercancía, pretende desconocer las expresiones populares, animistas, mágicas, de su culto cotidiano. No obstante es también un producto del *merchandise*, que se utiliza como imagen de los bares lounge, de los spas, de tattoo ritual, de la comida holística (sana y natural). Es el Buda convertido en decoración minimalista.

Otro es el Budamanía gordo, el de la abundancia que se vende en los templos y en tiendas muy parecidas a las boticas afrocubanas y a las tiendas esotéricas mexicanas y al cual se le ofrecen monedas y billetes para obtener abundancia a cambio. Es impresionante el uso de Buda como si fuera un talismán de la suerte. Cuando uno pregunta por el sentido que tiene el tener su imagen, la mayoría de la gente responde “*for lucky*”. Y es el Buda gordo sentado en flor de loto el que responde a este imaginario.

E incluso, me tocó ver en la carretera un anuncio de un espectáculo de Muay Tahy, un arte marcial famoso por ser “full contact”, convertido en atractivo turístico porque permite una violencia casi sin límites, en el que se utilizaba una imagen de Buda estilizada con lentes oscuros. Esta imagen acompaña la publicidad de bares nocturnos de transvestis, espectáculos de artes marciales Muay Thai. Es una especie de Buda-core.

Aun dentro de los templos es posible advertir las múltiples formas de practicar el Buda, por un lado está el espectacular que los turistas buscan como escenografía del viaje, posando de frente con implementos para tomarse el *selfie* y dándole la espalda al Buda. Está el Buda de la religiosidad popular, en donde es usado como talismán de buena suerte y protección. Aquí encontramos la imagen siempre acompañada de comida, agua, flores e incienso. Pero además siempre rodeado de otras figuras (pueden ser elefantes, bailarinas tailandesas, budas *kitsch*, Lucky Ladys, una enorme gama de objetos y figuras que son parte de la religiosidad popular y que apelan a prácticas supersticiosas). En los altares también se depositan collares y ramilletes de flores. Se llevan reliquias. Los mismos objetos, pueden ser ritualizados como ofrendas, o como amuletos cargados de las bendiciones y de la energía de los monasterios y los monjes budistas. Al igual que en el catolicismo popular, la imágenes amplían la acción simbólica de las reliquias, pues se cree que ellas —tras ser ritualizadas por los monjes o los rituales budistas— adquieren los poderes de protección, suerte, y abundancia de las reliquias mismas de Buda. Estos objetos, producidos y comprados de cualquier mercado popular, constituyen un sistema de clonación de los poderes de Buda, que pueden ser transportados, para montarlos en múltiples espacios: la casa, la oficina, el coche, el puesto del mercado, e incluso colgados como medallones en el cuerpo. Por lo regular a estas imágenes, se le montan altares domésticos a los cuales se les rinden ofrendas y se les pide su protección. Cada vez, el budismo es promovido en Tailandia como una manera de acceder a la suerte. De esta manera, Buddha adquiere el donde de la ubicuidad, pero su sentido y sus enseñanzas van virando hacia una cultura material que busca lo sagrado como acceso a lo mágico, y que para lograrlo asegura sostener los rituales de ofrendas diarias a los altares.



Cuando fuimos a los mercados acuáticos me fui a ver un altar, y encontré que el árbol de al lado era un árbol consagrado. En sus raíces habían depositado ofrendas no tan permitidas en los altares de Buda en los monasterios y pagodas; por ejemplo: botellas de licor, cigarros, puros, comida rápida (*fast food*), moños y listones de regalos, junto con ramilletes de orquídeas moradas y de las flores de color naranja, con la que se hacen objetos de ofrendas (en México se llaman cempasúchil, y se usan también para las ofrendas a los santos difuntos, en especial con ellas se hacen los altares del Día de Muertos). Una imagen cercana a un basurero, por el amontonamiento de objetos de manera desordenada. Pero al mismo tiempo parecido al altar, por el tipo de flores que ornamentan diariamente los altares, pero sobre todo porque los productos no han sido consumidos. Me hace pensar en la similitud con las ofrendas santeras en árboles en La Habana.

Incluso los altares de Buda ya están presentes en casi todos los automóviles. De manera muy similar a los santos católicos, las imágenes de Buda son colgadas en los retrovisores del transporte público. Al salir de Tailandia, el taxi que nos llevaba al aeropuerto, tenía un volante con flores de cempasúchil plásticas colgando del retrovisor. Pregunte al conductor qué significaba, y con su poco inglés me explicó que era para protección. Un poco apenas repitió que la imagen de Buda era de China y que fue su esposa quien lo compró, pues esa imagen no era tailandesa sino china. Después, le pregunté qué significaba el objeto floral que pendía del retrovisor, entonces me señaló el volante de su auto, y logré entender la similitud: era un volante recubierto de las flores con las que se hacen las ofrendas en los altares a Buda. Un objeto del budismo popular destinado a la protección de los conductores. Al llegar al aero-

puerto, como un gesto de agradecimiento por mi interés, me regaló un medallón de Buda sentado en flor de loto dentro de una especie de pagoda, una reproducción en pasta de las antiguas reliquias que venden como antigüedades en la calle, hecho con pasta verde. Más tarde entendí para que era el objeto, al releer una foto que tomé de un espectacular que anunciaba un centro para lograr fortuna mediante tatuajes propiciatorios de una vida prospera y amuletos de la suerte. Eso fue mi regalo: un amuleto de Buda para lograr suerte y fortuna. Me recordó cuando un taxista en Brasil me preguntó si era católica, y cuando yo le respondí afirmativamente, me regaló una estampa con una medalla de una virgen local de Río de Janeiro. Estuve muy agradecida, y sentí que a partir de ese momento la protección y la suerte me acompañarían durante todo el viaje.