

La puesta en escena y performatividad del turismo étnico en Los Altos de Chiapas

Eugenia Bayona Escat¹

Recibido: 12 de septiembre de 2017 / Aceptado: 15 de enero de 2018

Resumen. En este trabajo se reflexiona sobre el turismo étnico y las visiones selectivas y particulares que tienen los turistas sobre la población indígena, calificada como diferente y exótica. La mirada constructiva del turista se combina con la necesidad de experimentar con la otredad para autenticar el viaje. Ello implica profundizar en los procesos que configuran los imaginarios étnicos dentro del mercado global del ocio, pero también en analizar el papel que adquieren las actividades performance como atracción turística. El trabajo quiere explorar la exhibición del cuerpo construido del indígena en el mercado turístico desde dos visiones: por un lado, el interés del cuerpo como patrimonio cultural; por otro, el cuerpo en movimiento en el escenario turístico. Para el análisis utilizaré los datos etnográficos de la región Altos Tzotzil Tzeltal de Chiapas (México) con gran afluencia de turistas étnicos. El propósito es observar cómo en estos espacios turísticos, construidos como exóticos y fuera del sistema económico y cultural mundial, se convierten precisamente en lugares transnacionales de intercambio de miradas, y en lugares donde se exhibe, observa y mercantiliza un cuerpo calificado como étnico.

Palabras clave: Turismo étnico; cuerpos; imaginarios turísticos; autenticidad; puesta en escena; performance.

[en] The staging and performativity of ethnic tourism in Los Altos de Chiapas

Abstract. This paper reflects on the ethnic tourism and the selective and particular visions that tourists have about the indigenous population, described as different and exotic. The constructive look of the tourist is combined with the need to experiment with the otherness to authenticate the travel. This implies deepening the processes that make up the ethnic imaginary within the global leisure market, but also in analyzing the role that performance activities acquire as a tourist attraction. The work wants to explore the exhibition of the indigenous body in the tourist market from two visions: on the one hand, the interest of the body as cultural heritage; on the other, the moving body on the tourist stage. For the analysis I will use the ethnographic data of the region Altos Tzotzil Tzeltal of Chiapas (Mexico) with great influx of ethnic tourists. The purpose is to observe how in these tourist spaces, built as exotic and outside the world economic and cultural system, they become precisely transnational places of exchange of glances, and in places where it is exhibited, observes and commodified a body qualified as ethnic.

Keywords: Ethnic tourism; bodies; tourist imaginary; authenticity; staging; performance.

Sumario. 1. Introducción. 2. El espectáculo étnico en Los Altos de Chiapas. 3. Los bienes patrimoniales y la exhibición de la cultura indígena. 4. El cuerpo étnico en movimiento. 5. Conclusiones. 6. Referencias bibliográficas.

¹ Profesora Contratada Doctora Interina. Universidad de Valencia.
m.eugenia.bayona@uv.es

Cómo citar: Bayona Escat, E. (2018). La puesta en escena y performatividad del turismo étnico en Los Altos de Chiapas, en *Revista de Antropología Social* 27(1), 123-144.

1. Introducción

El turismo étnico proporciona encuentros esporádicos con grupos autóctonos indígenas en lugares imaginados como estáticos y atemporales (Smith, 1992; Van Den Berghe, 1994; MacCannell, 2003; Santana, 2003) y a la vez es propulsor de cambios significativos en las sociedades de acogida. En la sociedad actual, más interconectada y global, el viaje como una experiencia con la diferencia cultural se traduce en recorrer lugares subdesarrollados y marginales que han sido fabricados por la industria del turismo como exóticos y singulares. Allí también, como afirma Salazar (2012), se reproducen relaciones neocoloniales entre invitados y anfitriones; los primeros viajan por ocio en busca de experiencias auténticas y de un paraíso inexistente; los segundos se acoplan a los estereotipos que corren sobre ellos y los utilizan como una alternativa de vida y fuente de recursos. Las sociedades categorizadas como étnicas ya no se encuentran en lugares aislados y alejados de la vida urbana, sino que están presentes de alguna forma en la sociedad postmoderna al convertirse en lugares transnacionales de consumo; lugares creados ex profeso para el turismo, donde corren múltiples imaginarios y donde los anfitriones ofrecen todos los servicios y viven o malviven de los restos del capitalismo global.

Los lugares turísticos, especialmente los que salen al mercado como étnicos, han sido especialmente preparados para la mirada construida del turista; lugares de interacción e intercambio de miradas y de experimentación con la otredad. Para Urry (2002), el viaje es una excusa para verificar los iconos, señas y referentes globales que proyectan los imaginarios y estereotipos occidentales sobre ese “Otro”, y han sido contruidos por toda una maquinaria de medios de comunicación y a través de imágenes generadas por la televisión, el cine o la literatura. Es allí donde la corporeidad indígena toma una gran relevancia y se convierte en un símbolo real de la otredad; un espectáculo de cuerpos en movimiento, cuerpos trajeados, danzantes y rituales, fabricando utensilios o trabajando en sus tareas cotidianas. La mirada turística ha extendido su campo a la experiencia sensorial con el “Otro” y ha sumergido su propio cuerpo en entornos desconocidos y exóticos (Wang, 1999). Los cuerpos indígenas se han convertido en el emblema de una diferencia cultural que debe ser exhibida en su entorno natural, como si al observar sus gestos y movimientos nos acercáramos a su vida real y comulgáramos con el exótico. Cuerpos, en definitiva, que representan una división binaria entre dos mundos en cierta forma opuestos; el mundo desarrollado y civilizado frente a un primitivo y salvaje que ha sido domesticado para el consumo turístico (Salazar, 2012; Oehmichen, 2013a).

Este es el caso particular de la población indígena de la región Altos Tzotzil-Tzeltal de Chiapas, cuya esencialidad cultural es presentada a través de la herencia prehispánica; un mundo misterioso maya que persiste a pesar de las conquistas coloniales y contactos actuales transnacionales. La estrategia política del Estado mexicano ha sido impulsar la actividad turística como una iniciativa al desarrollo económico de la región; convertir los recursos arqueológicos, naturales y culturales en bienes patrimoniales y reforzar la identidad nacional basada en el pasado imaginado y el presente multicultural (Oehmichen, 2013a). Pero la industria del turismo

ha transformado la zona en un espectáculo, con todos los servicios adecuados para acoger al turista e ideando rutas para recorrer todo el Estado. La población indígena también se ha sumado a estas iniciativas y ha creado escenarios performances para presentarse ante los turistas utilizando la diferencia cultural como estrategia de sobrevivencia económica e identitaria. A pesar de esta participación activa, sugiero que en todos estos escenarios la corporalidad indígena se convierte en un icono de una mirada colonizadora que reproduce visiones de desigualdad por género, etnia y clase social, aunque en algunos casos la presencia del turismo haya servido también para empoderar, o al menos favorecer económicamente, a algunos sectores de la población indígena.

En el texto discuto la forma en que el mercado del turismo en Los Altos comercializa con un cuerpo étnico que se mueve entre el tiempo pasado y presente, y utiliza diferentes espacios de presentación: en lugares institucionales y en las zonas de ocio y servicios en la ciudad de San Cristóbal o en las propias comunidades indígenas. La idea es reflexionar sobre la exhibición del cuerpo indígena desde dos visiones que se promocionan y que pueden llegar a ser contradictorias: por un lado, un cuerpo petrificado como cultura y como patrimonio prehispánico; por otro, el cuerpo en movimiento mediante las actuaciones en vivo que realizan los indígenas dentro del escenario turístico. En ambos casos, se plantea una reducción de los grupos indígenas en base a elementos y prácticas culturales esencialistas. Pero, si bien en el primer caso se acentúa la continuidad del pasado en el presente y los rasgos culturales se convierten en bienes patrimoniales, en el segundo, el cuerpo indígena adquiere un protagonismo que requiere de ciertos actos performances para ser autenticado. El argumento es que en la autenticación del turismo intervienen estas dos miradas de la cultura indígena, una en el pasado y otra en el presente, miradas basadas en una apariencia escenificada que se complementan y se contraponen a la vez. Esto, por un lado, implica el análisis del cuerpo indígena como un patrimonio inmaterial, exhibido en museos y en otros espacios escenificados, para contrastarlo con la cultura performance que se exhibe en los espacios de protagonismo indígena como mercados, casas particulares o iglesias. Por otro lado, implica entender el papel que adquiere la mercantilización de la cultura en el contexto turístico como un proceso de producción de significados dentro de la dinámica del capitalismo global.

Para desarrollar este tema utilizaré datos etnográficos de mi trabajo de campo en Los Altos, en los lugares donde acuden y transitan los turistas, especialmente en la capital de San Cristóbal de Las Casas y los municipios indígenas con presencia de turistas². El análisis se basó en entrevistas en profundidad y semi-estructuradas a informantes clave relacionados con el turismo (guías, agentes turísticos, transportistas, vendedores ambulantes, propietarios y trabajadores de servicios hoteleros y de restauración), así como una consulta de fuentes documentales para conocer el desarrollo del turismo en la zona (imágenes y folletos informativos promovidos desde las instituciones públicas, empresas turísticas y otros sectores no institucionalizados). Las entrevistas a turistas nacionales y extranjeros se realizaron durante los tours en la ciudad y hacia las comunidades indígenas. Fueron conversaciones informales que aportaron información valiosa sobre cómo los turistas que viajan con

² El trabajo de campo se llevó a cabo en las temporadas turísticas de verano y Navidad entre los años 2014 y 2016. Se enmarca en el proyecto I+D “Turismo étnico y rituales *new age* en Los Altos de Chiapas, México” de la Generalitat Valenciana (GV2015/038).

tours organizados interpretan el entorno étnico. Una gran mayoría de estos turistas procedían de otros estados de la República Mexicana y tenían ideas preconcebidas sobre los indígenas de Chiapas; el Estado más al sur de México que ha representado un entorno aislado, y a la vez salvaje, dentro del contexto multicultural de Chiapas; un Estado también donde los indígenas revolucionarios del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) hicieron temblar el poder político de México en el año 1994. Una gran mayoría de turistas extranjeros provenían de Estados Unidos, Argentina, Chile y Europa —mayoritariamente de España, Francia e Italia—. Muchos de ellos habían programado los viajes desde los lugares de origen y sabían lo que iban a recorrer y observar. Otros, sin embargo, organizaban los trayectos desde la capital de San Cristóbal y alternaban los tours étnicos con rutas a centros arqueológicos y naturales. En sus recorridos turísticos he escuchado sus conversaciones y opiniones sobre lo que observan, cómo lo interpretan y cómo hablan de la disyuntiva entre la tradición indígena y la modernidad del turista, pero también sobre lo que es auténtico o se mercantiliza y sobre la inevitable pobreza indígena. La participación en tours me permitió también entrevistar a los guías que acompañan a los turistas, así como escuchar la información que ofrecían a los turistas sobre las poblaciones indígenas. La comparación entre sus discursos oficiales y las conversaciones informales me ayudaron a profundizar en los discursos esencialistas que esconden la situación y posición de los indígenas de Los Altos.

Los escenarios para la presentación del cuerpo indígena han sido preparados por todo un aparato estatal, por la industria del turismo y por los propios indígenas. Esto, por un lado, implicó la observación de los principales espacios de consumo en la ciudad de San Cristóbal donde se hace uso de los estereotipos étnicos: en agencias de viajes, tiendas, museos, hoteles, restaurantes, cafeterías o bares; por otro, la observación en los tours organizados por diferentes agencias turísticas, principalmente en las rutas oficiales que recorren los pueblos indígenas de San Juan Chamula, Zinacantán y Amatenango del Valle, pero también en viajes privados organizados por agencias que amplían las visitas a otros municipios indígenas como Tenejapa, Chenalhó o San Andrés Larrainzar. Asimismo, se privilegió la observación de los lugares donde sucede la interacción turista/anfitrión en las calles y los mercados artesanales de la ciudad y alrededores, así como en las iglesias, cementerios, casas particulares y otros lugares de exhibición turística en los municipios indígenas. El análisis de los espacios de exhibición e interacción me sirvió para investigar los diferentes discursos que se utilizan en torno al cuerpo indígena, cómo se mezclan tiempos y espacios diferentes y cómo son utilizados y manipulados por los actores locales de muy diversas formas. Desde la corporalidad étnica mercantilizada me centro en estos espacios de exhibición y en las personas involucradas en las múltiples escenificaciones turísticas de la región.

2. El espectáculo étnico en Los Altos de Chiapas

La ciudad colonial de San Cristóbal de Las Casas y los municipios indígenas que la rodean se han convertido en las últimas décadas en lugares de tránsito de turistas que recorren el sureste mexicano. El principal atractivo de la zona consiste en conjugar mundo colonial e indígena, y en ofrecer numerosas rutas turísticas que recorren la ciudad con sus mercados de artesanías, museos, edificios y plazas coloniales junto a

la visita guiada de dos municipios indígenas cercanos, San Juan Chamula y Zinacantán. Los indígenas de Los Altos transitan por los tres espacios y ocupan un lugar destacado en la exhibición; algunos son vendedores en los mercados de la ciudad o son ambulantes y siguen a los turistas con mercancía a la venta; otros llegan a la ciudad para comprar o vender, trabajar o realizar algún trámite en la cabecera del municipio; muchos de ellos residen en los municipios circundantes y cuando llegan los turistas abren sus puertas para enseñar sus productos a la venta, como ocurre en la cabecera de Zinacantán especializada en la elaboración y venta de textiles; en otros casos parece que siguen la vida normal y diaria y prefieren ignorar la presencia de extranjeros, como en San Juan Chamula, donde el visitante parece más un intruso que un invitado. También hay posibilidad de visitar otros pueblos indígenas de la región con agencias de viajes que ofrecen viajes particulares incluso a zonas zapatas, o para quien se atreva a rentar un coche e ir por cuenta propia. En cualquier caso, la presencia de población indígena en 15 de los 17 municipios que componen la región permite un acercamiento en vivo a ese “otro” tan publicitado en el mercado turístico, y asegura la permanencia del negocio.

En San Cristóbal, los espacios adecuados para mostrar la etnicidad suelen ser las calles, mercados y plazas principales. Basta salir del hotel para encontrarse con la población indígena dedicada a la venta callejera de artesanías y *souvenirs* turísticos —rebozos, blusas, faldas, bolsos y otros productos que han sido confeccionados *ex profeso* para el consumo turístico—. El turista puede acudir también al mercado de artesanías de Santo Domingo donde abundan vendedores indígenas que ofrecen *souvenirs* chiapanecos mayormente producidos en otros lugares como Guatemala, Ecuador o Perú. Los visitantes pueden pasear por la ciudad y encontrarse con indígenas con vestimentas diferentes según el municipio al que pertenecen, sobre todo los sábados, cuando muchas familias indígenas bajan a la ciudad a vender o abastecerse de alimentos y otros enseres. Por las noches, además, la ciudad no descansa, de igual forma que tampoco lo hace el negocio de la venta, y mientras los turistas pasean por los andadores turísticos, toman bebidas en algún café o cenan en algún restaurante de comida internacional, las mujeres y niños indígenas cargan su mercancía a cuestas para seguir sus rutas nocturnas. Siempre hay algún propietario mestizo que no les permite la entrada a estos lugares de ocio y descanso turístico. Los indígenas representan el escenario adecuado durante la visita diaria a la ciudad, pero por la noche el tiempo se transforma en descanso y relax, o en fiesta y diversión; es el tiempo de hacer sentir al turista un poco en casa y ofrecer servicios de alimentos y bebidas adecuados a su consumo.

La escenografía de la ciudad también ha sido modificada para el turismo. El centro de la ciudad, que tiene el eslogan publicitario de ciudad colonial, ha sido transformado para el gran consumo; grandes casas coloniales se han convertido en hoteles, algunos de lujo, o en restaurantes, bares, cafés y tiendas de artesanías. Las calles principales son peatonales y reciben el nombre de andadores turísticos, y han aparecido museos de productos originarios de Chiapas: ámbar, jade y chocolate, o sobre temáticas indígenas: trajes y otros objetos, o medicina maya. También se enseña la *Casa-museo Na Bolom*, antigua propiedad de la pareja Franz y Trudy Blom³, en el

³ La pareja estableció su residencia en San Cristóbal en el año 1943 y dedicó su estancia a la investigación y documentación de los indígenas de la Selva Lacandona. En el año 1951, formaron la Asociación Cultural Na Bolom en su residencia particular. Actualmente, la Casa-Museo Na Bolom A.C. (Casa del Jaguar en tzotzil) es

que se recorren las antiguas habitaciones de su hogar y se informa sobre el amplio trabajo etnográfico y arqueológico que la pareja realizó con los indígenas Lacandonnes en la región Selva, al norte de Chiapas. Hay lugares olvidados, como la periferia de la ciudad donde los indígenas viven diariamente una realidad cruda y marginal en barrios que rodean la ciudad⁴. Las unidades administrativas, municipales y gubernamentales han sido trasladadas a las afueras de la ciudad para no estropear la escenificación de una ciudad que por las noches ilumina todas sus plazas, iglesias y andadores. La música en vivo en diferentes lugares se combina con los espectáculos callejeros y ferias de exhibición según temporadas. Por su parte, la decoración de hoteles y restaurantes permiten ver esta simbiosis del mundo indígena y colonial efectuada para el turismo: hoteles con réplicas de algunos edificios y detalles coloniales junto a ornamentos y textiles indígenas.

Si la ciudad ha acomodado su espacio para los paseos diarios y nocturnos de los turistas, en los pueblos indígenas las visitas se efectúan únicamente por las mañanas, al estar situados relativamente cerca de la ciudad y permitir la ida y la vuelta en unas horas. En cada uno de ellos existe un espacio adecuado para el paseo turístico y para efectuar el contacto y la experiencia sensorial del “Otro”. Por ejemplo, en la cabecera de Zinacantán, se visita la iglesia de San Lorenzo y la plaza principal, para luego dirigir a los turistas a una casa/tienda de artesanías indígenas. Allí, las familias zinacantecas han creado un espacio escenificado, una pequeña miniatura en vivo de sus casas donde se ofrece un pequeño almuerzo en una cocina con utensilios que denominan prehispánicos, se exhibe la técnica del telar de cintura y se expone a la venta textiles que han sido supuestamente confeccionados por las propias tejedoras zinacantecas. Una gran mayoría de estos productos son manufacturados por otras tejedoras invisibles del mismo municipio o de otros circundantes, y venden piezas sueltas a estas familias negociantes. Otros productos han sido producidos en industrias textiles y provienen del mismo Chiapas o de otros lugares y países. Por su parte, en San Juan Chamula, el tour incluye la visita al cementerio, a la iglesia de San Juan Bautista y el paseo por los puestos en la calle de *souvenirs* turísticos. Se puede coincidir con alguna celebración de las autoridades religiosas, los mayordomos y alféreces, en la plaza o al interior de la iglesia, pero la escena más intensa la proporcionan los rituales de curación que se efectúan en el interior de la iglesia, con velas, bebidas, animales y otros utensilios ceremoniales, a los cuales está permitida la entrada de turistas. Por último, para el caso de los tours privados es posible concertar viajes particulares a otros municipios indígenas, como Tenejapa o Chenalhó, donde se suele visitar la iglesia de cada cabecera y, cuando existen, tiendas o cooperativas de artesanías textiles. El viaje a San Andrés Larráinzar puede incluir la visita a uno de los caracoles zapatistas; se les denomina “zapatours” y ofrece la posibilidad de entrar en un centro comunitario, dar una vuelta por las instalaciones y tener una charla con

un hotel-museo que combina el negocio del turismo con las actividades que promueve la asociación civil para proteger y conservar el medio ambiente de la Selva Lacandona y difundir el patrimonio cultural de los grupos indígenas de Chiapas, especialmente de los Lacandonnes.

⁴ La mayoría de esta población indígena, que vive en la periferia, llegó en la década de 1970 a causa de las expulsiones de sus municipios de origen por su conversión al protestantismo. La ciudad se ha “indianizado” por una población indígena en crecimiento; 37% en el año 2010 (INEGI, 2010). Una gran parte de esta población indígena urbana trabaja en hostelería, restauración, transporte y comercio relacionados con la actividad turística.

algún integrante zapatista del caracol⁵. Estos tours cada día son más escasos y su visita obedece a otras dinámicas alejadas del turismo étnico mercantilizado; se trata en su mayoría de un turista politizado que busca conocer y/o apoyar al movimiento EZLN (Coronado, 2008).

En estos principales espacios de interacción entre turistas y anfitriones se muestran diversas formas en las que se construye, presenta y manifiesta la diversidad étnica. Por ejemplo, se pueden recorrer museos y aprender sobre la antigua cultura maya que floreció en estas tierras, a pesar de que el imperio maya se desarrolló más en la zona norte de Yucatán. Para enseñar esa antigua cultura se pueden exhibir rituales, mostrar el proceso de producción de objetos convertidos en artesanía, entrar en casas particulares, en iglesias y cementerios, observar fiestas o deambular por pintorescos mercados. En cada uno de ellos se activan imaginarios turísticos a través de las acciones que efectúan esos “otros”, y las corporalidades étnicas se convierten en las protagonistas del escenario. Son espacios transnacionales que se piensan particulares y donde los significados para cada uno de los participantes difieren sustancialmente: para los turistas es una oportunidad única para observar y participar en el imaginario sobre la diversidad cultural; para los locales, una estrategia de sobrevivencia y, a la vez, una vía de presentación ante esos “otros” extranjeros para exhibir y presentar su particularidad étnica disfrazada de consumo turístico.

3. Los bienes patrimoniales y la exhibición de la cultura indígena

En el estado de Chiapas existen una serie de bienes históricos, arqueológicos y culturales que han sido transformados en lugares de ocio para el turismo. Las rutas turísticas han sido promocionadas por la Secretaría de Turismo a través del programa *Mundo Maya*⁶ que incluye visitas a ruinas arqueológicas para observar el legado de los mayas —Chicuiltik, Palenque, Bonampak, Yaxchilán o Toniná—, las excursiones a entornos naturales —Cañón del Sumidero, Grutas Rancho Nuevo, Lagos de Montebello, Cascadas de Agua Azul o Misolhá— o la ruta denominada *Culturas Vivas* para acercarse a la población indígena— que incluyen en Los Altos a San Juan Chamula, Zinacantán y Amatenango del Valle, y en la Selva Lacandona a Lacanjá y Nahá, esta última de difícil acceso y concertado en grupo-. También se promociona el paseo y estancia por ciudades coloniales como Chiapas de Corzo, Comitán de Domínguez y San Cristóbal de las Casas que ahora organiza circuitos internos para visitar su particular arquitectura. Una de las últimas rutas ofertadas es *La Ruta del café*, que incluye la estancia en una finca cafetalera convertida en un hotel de cuatro estrellas y la visita concertada a las plantaciones cafetaleras. Este tour se oferta como un paquete turístico de lujo y, paradójicamente, exhibe un proceso de producción

⁵ Los caracoles zapatistas se formaron tras el levantamiento del Ejército de Liberación Nacional (EZLN) en el año 2003 como municipios autónomos paralelos a los constitucionales. Actualmente el territorio zapatista se divide en cinco regiones y cada una tiene un caracol como centro de gobierno autónomo y sede de las Juntas del buen Gobierno (JBG). Allí nombran sus propias autoridades y servidores públicos y construyen sus propios sistemas de educación, salud pública y administración de justicia.

⁶ El proyecto turístico del “Mundo Maya” empezó a desarrollarse en 1989 por la Secretaría de Turismo de México (SECTUR) junto a los países vecinos de Belice, El Salvador, Guatemala y Honduras. Se basa en un acuerdo internacional para coordinar y fortalecer acciones de promoción y comercialización de la “Ruta Maya” y facilitar las inversiones extranjeras y nacionales. En México la ruta incluye los estados de Campeche, Chiapas, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán.

exótico en un entorno tropical, ocultando una producción basada en la explotación de la mano de obra de trabajadores indígenas guatemaltecos. La Secretaría de Turismo habla de *Chiapasiónate* como el eslogan para promocionar el Estado:

Es un lugar de encuentro de las tradiciones del sureste mexicano y de Centroamérica, una región que comparte un origen común: la cultura maya. Su contrastante fisionomía, que abarca sierras, cañones, selvas, planicies, volcanes, valles de cultivo, playas y esteros, lo distingue como un estado único y sobresaliente dentro del relieve mexicano. Posee una enorme riqueza cultural de legado prehispánico que se refleja en templos, pirámides y palacios. Con su característica hospitalidad, el pueblo chiapaneco ofrece lo mejor de sí a los visitantes. La variada composición étnica del estado es una de sus mayores riquezas. Así que entrar en contacto con su gente es entender mejor una de las zonas más complejas de México. (SECTUR CHIAPAS).

En la promoción turística destaca el papel que desempeña la cultura de pueblos indígenas transformada en un patrimonio cultural que hunde sus raíces en la época prehispánica. En todos los escenarios de protagonismo indígena, estos aparecen como los herederos de los antiguos mayas, caracterizados por prácticas culturales ancestrales, atuendos tradicionales, artesanías manuales o rituales exóticos. Sin embargo, no se habla de su presencia en la ciudad y de cómo sobreviven de los restos del turismo mediante la venta de *souvenirs*, como mano de obra en hoteles y restaurantes, o mendigando dinero de los turistas:

En Chiapas, ubicado en el sureste de México, la cultura se manifiesta en su más viva expresión, en forma de pequeños universos fascinantes que encapsulan las tradiciones de los chiapanecos. Las festividades son tan diversas como sus pueblos originarios y tan firmes como sus raíces, aún inquebrantables por el paso del tiempo (SECTUR CHIAPAS).

La expresión de la cultura indígena como tradición y como vehículo de la identidad étnica tiene una importante presencia en los museos —o restaurantes y hoteles con ornamentos indígenas— que se han abierto en las últimas décadas en la ciudad. Los textiles, presentados como objetos singulares de los pueblos indígenas de Chiapas, producidos a mano y con técnicas tradicionales, pueden encontrarse exhibidos en museos como testimonios de su antigüedad; el *Museo de Trajes Regionales Sergio Castro* exhibe en maniqués las ropas tradicionales, de uso cotidiano o ceremonial, de los diferentes pueblos indígenas de la región; el *Centro de Textiles del Mundo Maya*⁷ expone piezas antiguas de Chiapas y Guatemala con explicaciones y referencias a la simbología maya antigua; en un hotel se exhiben vitrinas con maniqués vestidos con trajes regionales tanto de hombres como de mujeres e, incluso, hay dos vitrinas en la entrada que representan escenas de rituales en San Juan Chamula; igual

⁷ Se trata de una exhibición de más de 2.500 piezas textiles procedentes de México y Guatemala reunida por antropólogos y coleccionistas privados que se exhiben en el Museo del ex Convento dominico de Santo Domingo bajo el auspicio del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) y la Fundación Banamex.

ocurre en el *Museo de Medicina Maya*, donde se recorren salas con escenas protagonizadas por figuras que efectúan curaciones, partos y plegarias.

Todos estos objetos colocados en espacios específicos representan la identidad en sí misma. No se requiere la persona en vivo sino un maniquí que copie al original y que tenga el ornamento necesario para ser identificado como étnico. Se puede ver por las calles que estos trajes exhibidos —u objetos diversos— han sufrido serias variaciones: las mujeres y algunos hombres utilizan otros colores, materiales y diseños. Pero todos estos objetos representan el patrimonio inmaterial de la región, que es colocado en lugares específicos para su exhibición y adquiere un valor simbólico autenticado por el escenario en el que se encuentra:

La indumentaria maya, más allá de su importante valor artístico, muestra la visión de un mundo antiguo que trasciende hasta nuestros días. Los textiles mayas, a través de la trama del tejido, la técnica utilizada para su fabricación y el simbolismo impregnado en sus diseños, permiten conocer aspectos esenciales de esta importante cultura y de su historia (Folleto publicitario del *Centro Cultural de Los Altos*).

Los textiles también se ofrecen en numerosos espacios de venta y son ofertados como singularidades étnicas y tradicionales de la región. En la ciudad pueden venderse en mercados al aire libre, en cooperativas indígenas, en tiendas de artesanías, en grandes y pequeños locales, o como *souvenirs* baratos por las calles y plazas. En los municipios indígenas pueden aparecer en algunas cooperativas indígenas colocadas estratégicamente en la entrada de los municipios, en tiendas de artesanías financiadas por el Estado, en casas particulares o en mercados ambulantes alrededor de los grandes centros de atracción turística. Hay una gran variedad de productores y vendedores de textiles que se involucran en un mercado internacional y sobreviven gracias a la presencia del turista; vendedores indígenas en su mayoría que producen a precio de coste y venden piezas baratas. Estos textiles no son solo objetos particulares; son signos que exhiben el binomio identidad/cultura, o, como lo define Santana (1997), son esencias más que objetos, porque representan ese mundo tradicional que hemos perdido en nuestro proceso de producción. Lejos queda considerar que estas mismas piezas han sido transformadas precisamente para su consumo turístico; textiles que incorporan nuevos colores y han sido diseñados para que los turistas los conviertan en atuendos en sus lugares de origen, o que los utilicen como cortinas, bolsos, zapatos, manteles, cojines o caminos de mesa. Los materiales también denotan esa producción industrial que requiere un buen corte en las blusas, huipiles y faldas para seguir una moda occidental y que combinan colores y tintes para gusto externo. Hay, además, tiendas especializadas en artesanías indígenas, propiedad de mestizos y extranjeros, donde los indígenas manufacturan a mano o al por mayor sin grandes beneficios. Allí se exhiben piezas exquisitas para el gusto más jerarquizado y costoso del turista.

La historia particular de la conquista también tiene un espacio destacado en San Cristóbal de Las Casas que es promovida como ciudad colonial debido a su extenso patrimonio monumental. Las rutas ofrecidas en la ciudad ofrecen recorridos por los principales edificios, plazas, e iglesias coloniales y en el *Museo de Los Altos de Chiapas* se recorre la historia de la colonización española y la evangelización de

los indios. Por su parte, en el *Museo de San Cristóbal de las Casas* (MUSAC) se recorren diferentes exposiciones sobre el patrimonio histórico y cultural de la ciudad y su municipio. Lo colonial es el eslogan de las élites ladinas⁸ —como se conoce a los mestizos en Chiapas y Guatemala— que viven y gobiernan en la ciudad y que promocionan el pasado de conquista como forma de legitimar su poder actual y reafirmar su identidad mestiza, olvidando el papel que tuvieron los indígenas en la construcción de la ciudad y el que tienen hoy en día en la exhibición turística. Es evidente que la exhibición del patrimonio cultural de monumentos coloniales y variedades étnicas les ha servido para mantener y acrecentar su poder en la ciudad, y se han adueñado de ambos discursos para crear atracción y consolidar el comercio en la ciudad. A la vez, han reforzado la jerarquización y exclusión social del indígena, y exhiben la cultura indígena a distancia, desde una vitrina estereotipada y sin olvidar sus distinciones raciales y culturales:

Yo le agradezco a Dios y a los primeros españoles que vinieron que nos dejaron esta ciudad, como obispos, como trabajadores. Les agradezco que nos dejaron la cultura, que nos dejaron una urbanidad, porque en la casa de nosotros hay urbanidad [...] Mire, nuestra forma de comer, nuestra gastronomía, pues ellos siguen su frijol y su maíz, no es discriminatorio, pero es la realidad. Pero si comemos así otras cositas, pues tuvo que ser. Y viera la gente bien de San Cristóbal, las señoras les enseñan a hacer, que tejer, que bordar, que coser, ser hacendoso y ya [...] Los indios no son coletos, son chamulas y viven en San Cristóbal. Pero somos dos líneas paralelas que nunca nos vamos a unir (Comerciante ladina).

La promoción del patrimonio cultural de la ciudad de San Cristóbal ha requerido de una inversión estatal en infraestructuras necesarias para el desarrollo del turismo⁹. El impulso más importante lo ha recibido desde el gobierno federal para promover la ciudad como una apuesta turística importante. En 1989, la ciudad se integra en un programa desarrollado por la Secretaría de Turismo denominado *Fondo Mixto Ciudades Coloniales*, y la región se incorpora el mismo año a la *Ruta Maya* con el objetivo de impulsar las inversiones estatales y promover sitios turísticos. Desde 1989 el centro histórico ha sido declarado *Zona Monumental* por el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), y la Secretaría de Turismo le ha concedido el eslogan de *Pueblo Mágico* para promocionar su riqueza cultural e histórica. Recientemente, ha recibido el galardón de ser *El Más Mágico de los Pueblos Mágicos de México*. Sin embargo, las inversiones estatales y las privadas no siempre han coincidido en la

⁸ En San Cristóbal, los ladinos se autodenominan “coletos” y son la población autóctona urbana que se diferencia abiertamente de la población rural indígena. Los coletos pueden pertenecer a diferentes estratos económicos, pero su identidad homogénea se construye por oposición al indígena; se consideran los auténticos descendientes de los colonizadores españoles y de los criollos, de habla hispana y tradición mexicana. Para ello recurren a una diferencia cultural a través de tradiciones, fiestas, alimentación, indumentaria o religión, a pesar de que cada uno de ellos, indígenas y coletos, ha ido adoptando prácticas y discursos del otro en su larga historia de convivencia (Colby y Van Den Berghe, 1966; Pitt-Rivers, 1989; Viqueira, 1995; Pitarch, 1995; Hovstoff, 2004; Castellanos, 2005).

⁹ Cristina Oehmichen (2013b) relata cómo en la década de 1969 el Estado mexicano actuó como impulsor básico del turismo con la construcción de infraestructuras necesarias para el desarrollo del turismo —carreteras, aeropuertos, agua potable, drenajes— y como inversionista de una clase empresarial, construyó hoteles y resorts que posteriormente serían vendidos al sector privado.

idea del patrimonio colonial. Así, por un lado, se han realizado nuevas edificaciones y derrumbado antiguas estructuras junto a otras que han sido remodeladas sin contar con la conservación patrimonial, ya que la llegada de numerosos turistas y foráneos se ha visto como un negocio floreciente; mientras que algunas casas coloniales se han convertido en pequeños hoteles, restaurantes y cafeterías, y han conservado su fachada exterior, otras han sido divididas para poner algunos negocios o para ser alquiladas a extranjeros como casas particulares. En los últimos años se ha presentado la candidatura de San Cristóbal de Las Casas a la UNESCO para ser considerada Patrimonio Cultural de la Humanidad. No obstante, esta propuesta, presentada en el año 1986, fue rechazada en el año 2000 dado el deterioro patrimonial cultural y ecológico que presenta actualmente la ciudad.

Todos estos escenarios del patrimonio inmaterial de la ciudad y alrededores fusionan un pasado imaginario como congelado en el tiempo; el mundo colonial que sobrevive en las calles de San Cristóbal; el mundo maya ancestral de los indígenas. Los pueblos mantienen sus identidades a través de ciertos rasgos culturales, sin transformaciones, sin contactos, sin aparentemente relaciones de poder entre indígenas y colonizadores. La composición étnica y mestiza de la región permanece, pero no es armoniosa sino todo lo contrario, son relaciones conflictivas que se establecen entre ambos grupos que marcan profundamente a la sociedad de Los Altos. Mientras los ladinos reclaman su pureza de sangre en una tierra que fue expropiada durante la época de la conquista, las familias indígenas campesinas representan el sector más pobre y marginal de la población; viven del campo, de los escasos excedentes para el comercio, de la venta de artesanías, del trabajo informal y de las remesas enviadas de los emigrantes. Por su parte, en San Cristóbal y a diferencia de las décadas anteriores, los indígenas se pasean abiertamente por la ciudad y cada día son más numerosos, pero su presencia es cuestionada y no se ha tratado de una conquista pacífica, sino todo lo contrario:

El jueves me gustó una bolsa que estaba en esa tienda y entré y con sus dos brazos, así como abiertos me dijo: *no, no quiero que entres, pues aquí no queremos a indias, qué no entiendes, lárgate, salte*, y yo le dije: *pues mira, me das mucha pena lo que tú dices porque todo lo que está a tu alrededor es trabajo de las indias que tú llamas. Así que, pese lo que te pese, te mantienen*, y me dice: *no, ve a hacer revolución en tu pueblo, aquí no perteneces, yo soy colete y de San Cristóbal*. Yo le dije: *déjame aclararte que yo nací aquí, en primer lugar, y yo puedo decidir qué vestir, no es justo lo que tú estás haciendo, y este es un trato inhumano*. Él me decía: *no, no, no, vete*. Y al final sacó una estampita de la virgen de Guadalupe y diciendo: *cruz, cruz, cruz, que se vaya el diablo y que venga Jesús* (Vendedora indígena en San Cristóbal).

Van den Berghe (1994, 1995) ya señalaba cómo el turismo podría superponerse sobre estructuras fuertemente divididas en desigualdades étnicas. Es cierto que han aparecido nuevos grupos en el poder, de empresarios, intelectuales y maestros indígenas. También es cierto que los indígenas que han entrado en negocios turísticos urbanos han podido enfrentar la pobreza que arrastraban desde sus lugares de origen. Sin embargo, muchos de ellos permanecen enclavados en la pobreza y en la marginación social, puesto que la procedencia étnica todavía determina el acceso a

una mayor educación, a ser atendido en mejores instituciones sanitarias, a puestos de trabajo formales o a viviendas dignas. Sus rasgos culturales los delatan en un espacio que vuelve a estar fuertemente segregado. Como me comentaban algunos comerciantes ladinos: “Son una mafia, mire sus niños todos sucios y sin educación” “No, es que ellos están invadiendo todo San Cristóbal, gente indígena, gente que no sabe, gente que ensucia la ciudad”.

Los imaginarios turísticos esconden las relaciones de poder y las desigualdades del propio sistema global. Representan visiones coloniales interpretadas en el contexto global, donde las diferencias de clase, etnia o género se difunden entre el exotismo y el salvajismo (Salazar, 2012). Los turistas se divierten mientras esos “otros” trabajan en algunos casos, incluso escondiendo su propia condición marginal. Los Altos es el lugar ideal para que el turista sueñe con la diversidad étnica y cultural, sin notar que las personas que los atienden en hoteles y restaurantes también son indígenas que viven y trabajan en la ciudad, o que trabajan en la ciudad y vuelven a sus comunidades una vez terminada la jornada diaria. El contacto con los auténticos indígenas, con aquellos que cumplen con los estereotipos étnicos, es planificado por agencias de viajes y dejan poco margen a la improvisación; los autobuses van a buscar a los turistas a sus hoteles y luego los retornan una vez terminado el paseo. Al indígena trabajador que no exhibe de igual forma su etnicidad se le ignora e invisibiliza. Esta sería, sin embargo, una buena oportunidad de contactar con otra realidad, fuera de la otredad comercializada y del parque temático de fantasías mayas, e interactuar con las personas que sobreviven de los restos que deja el negocio del turismo.

4. El cuerpo étnico en movimiento

El proyecto turístico de Los Altos se basa en el encuentro del turista con los habitantes y las culturas indígenas locales; específicamente, en observar esas señas de identidad étnica que se convierten en los reclamos más importantes para la visita del lugar. En cierta forma, las copias de los objetos y los maniqués en museos y colecciones requieren de ciertos actos performances para ser verificados, e incitan al turista a experimentar con el movimiento de otros cuerpos, en este caso definidos como étnicamente diferentes. La autenticidad experiencial buscada por el turista se basa en estos encuentros esporádicos con los “otros” para cumplir con diversos imaginarios; la búsqueda de la tradición como una añoranza por un pasado imaginario; la búsqueda del exotismo y la diversidad cultural en un mundo global que elimina las diferencias; o, sencillamente, un viaje de espectáculo y diversión sobre la fantasía étnica (Cohen, 1988; MacCannell, 2003).

En esta exhibición corporal de lo étnico, los cuerpos indígenas se convierten en mercancías simbólicas y, a la vez, en vehículos de identidades imaginadas que pueden, incluso, nublar las prácticas que realizan en el presente. En los museos el discurso del pasado y de la tradición cultural se fortalece y se presenta en cierta forma para fijar la historia, pero se distorsiona al compararlo con las prácticas que se observan en los diferentes espacios urbanos y rurales. Podríamos poner el ejemplo de los trajes exhibidos en museos con cuerpos petrificados en comparación con los cuerpos de las mujeres vendedoras indígenas en calles, plazas y mercados, que portan prendas de diferentes colores para, en cierta forma, atraer la atención del turista y así tener

una mayor venta. Lo significativo ahora es observar cómo estas prendas textiles han sufrido transformaciones importantes, no sólo en el diseño, sino también en sus usos sociales. El traje, como presentación social del cuerpo, se vuelve un vehículo estratégico para expresar la identidad social y cultural de una persona. Puede convertirse en un símbolo de tradición y ser utilizado como estrategia económica y política, remarcar fronteras y convertirse en un elemento étnico por excelencia, o transformarse en una forma de opresión y control social (Scheper-Hughes y Lock, 1987; Sahlins, 1997; Turner, 2002). En cualquiera de los casos, no es un símbolo arraigado en el pasado sino un atuendo cambiante que marca diferentes significados sociales según el contexto de cada persona o grupo social.

Por ejemplo, para el caso de Los Altos, los indígenas se visten de una forma característica según el contexto en el que se encuentren y según el interlocutor con el que interactúan: instituciones gubernamentales, organismos no gubernamentales, investigadores, turistas por supuesto. Eso es significativo si analizamos la forma en la que interactúan las mujeres vendedoras con los turistas. Los mercados de artesanías al aire libre se han convertido en una de las atracciones turísticas más importantes de la ciudad y están protagonizados por mujeres vendedoras que exhiben su identidad indígena mediante el traje que portan. Estas mujeres y sus familias viven en la periferia de la ciudad al ser violentamente expulsadas por su conversión al protestantismo en la década de 1970. El asentamiento de indígenas en la ciudad se asocia con las intensas migraciones acontecidas desde la década de 1970, cuando se produjeron las primeras expulsiones indígenas por motivos políticos y religiosos. Las autoridades políticas del municipio de San Juan Chamula en su mayoría, y de otros municipios de la región como Zinacantán, Chenalhó, Tenejapa o Mitontic entre otros, obligaron a miles de indígenas protestantes a abandonar sus comunidades y a buscar refugio en la ciudad (Morquecho, 1992; Cantón Delgado, 1997; Robledo, 1997).

Mientras los hombres trabajan como jardineros o meseros, cargadores o albañiles, o se convierten en taxistas y transportistas, las mujeres han ido conquistando espacios de venta, algunos estratégicos y otros no tanto. Sus mayores conquistas se han debido al provecho que han sacado de sus estereotipos étnicos y de género. La gran mayoría ha perdido la facultad de tejer y bordar la ropa tradicional porque tiene otras obligaciones en la ciudad que la obliga a permanecer y trabajar diariamente en la calle, y compra a otras comerciantes indígenas las faldas y blusas que porta. Pocos turistas saben que sus trajes indígenas femeninos intercambian ahora prendas de distintos orígenes y localidades, o se han incorporado nuevos bordados y colores en los atuendos. Lo que está en juego es la venta de la mercancía que ofrecen, un objeto que de por sí ya contiene una significación étnica, pero requiere que el propio cuerpo de la mujer lo autentifique. De esta forma, las mujeres son identificadas como tales por los turistas y juegan, manipulan con su propia presentación social de distinción étnica (Van den Berghe, 1994; Little, 2008). Además, los espacios conquistados se han convertido también en símbolo inigualable de su presencia en la ciudad y una clara oposición a la discriminación ladina:

Somos vendedoras ambulantes en Santo Domingo y Caridad. Entonces, como es un Pueblo Mágico y necesitan esos requisitos para ser Pueblo Mágico no quieren que tengan vendedores ambulantes y pasas a ser un peligro ante esta ciudad mágica. Para mi ciudad mágica es como aparecer y desaparecer cosas. Y hay como esa inquietud todavía que sea Pueblo Mágico declarado así bien, bien. Entonces, como

que hay riesgo todavía de que nos echen. Pero ya sale en las guías, creo que Santo Domingo tuvo más fuerza después del 94. Después del levantamiento del EZLN hubo como varias, como una transformación gráfica de ver a la gente indígena, de cómo romantizarlo mucho. Pero, sí, es como lo fuerte de San Cristóbal, pero la gente que es racista y coleta aquí no más no nos quieren ver (Vendedora indígena en San Cristóbal).

Eso no quiere decir que estas prendas textiles estén en desuso, o que sean únicamente utilizadas en el contexto turístico, puesto que hay mujeres (y también ahora hay hombres tejedores) que elaboran textiles más elaborados, bordados y brocados, para los atuendos ceremoniales y para vestir a sus santos. También es cierto que el comercio de estos productos ha provocado la creación de cooperativas y asociaciones de mujeres tejedoras, financiadas y asesoradas por agentes externos, para recuperar antiguos diseños o crear nuevos. Pero una gran mayoría de la ropa que se vende para el turismo no es utilizada por los indígenas, y se invisibiliza su producción a máquina para ocultar la desaparición de esa tradición añorada y buscada por el turista. Tampoco quiere decir que estas tejedoras y vendedoras asciendan en la escala social, puesto que muchas de ellas son ahora el sustento familiar más importante y han tenido que multiplicar sus tareas. Lo importante es resaltar cómo el turismo transforma la propia cultura que quiere observar como intacta; construye nuevas expresiones culturales e identitarias, transforma roles de género o, en el peor de los casos, crea nuevas formas de explotación capitalista bajo la forma de producción para el consumo del ocio. La autenticidad buscada por el turista, por tanto, es un proceso activo que impulsa nuevas prácticas y significados sociales, aunque en la mayoría de los casos bajo nuevas formas de desigualdad y explotación global:

Ya no es el textil original y entiendo que todos los textiles pueden ir transformándose, pero transformándose a gusto de quiénes o de qué. Pues está bien el comercio, pero lo injusto para mí es que unos se hagan ricos y otros se sigan jodiendo con el trabajo, chingándose en el trabajo, Y es que, si antes éramos pobres y comíamos maíz, ahora estamos bien jodidos. Somos los pobres haciendo nuestros textiles y estamos bien jodidos. Ya algunas mujeres no queremos ni trabajar ni hacer el trabajo porque no está bien pagado, ese es el detalle. Y muchas de nosotras como las que revenden, hemos querido vender en cantidad y tener más ingresos y queremos pagarle bajo precio a las que lo hacen y nos estamos jodiendo entre todas. Es una cadena y nos sentimos tan impotentes. Es una injusticia, no hay una ley que te diga: *paguen mejor la artesanía*, o la mal llamada artesanía porque artesanía es el trabajo de los pobres y te tienes que ganar la vida haciendo su artesanía si quieres sobrevivir (Vendedora indígena en San Cristóbal).

La idea de la cultura intacta a través de prácticas corporales todavía se fortalece más en un ámbito exclusivamente indígena. En los municipios solo viven indígenas y la visita siempre es guiada. Las agencias advierten que no se puede utilizar la cámara en algunos lugares sagrados por la creencia de que se roba el alma indígena, o que no se puede hablar en las iglesias para no interrumpir las ceremonias. Añaden la relación estrecha que tiene la población indígena con la naturaleza, que se expresa en sus alimentos saludables y en sus creencias en torno a montañas y ríos sagrados.

En cambio, se anula e invisibiliza la pobreza de los campesinos y la marginalidad en infraestructuras, salarios, trabajo, salud o educación. Las rutas oficiales se promocionan como una visita al mundo místico y prehispánico de los indígenas en la que es posible observar en vivo rituales como, por ejemplo, en la fiesta del Carnaval:

El misticismo de las culturas chiapanecas se manifiesta en la fiesta más tradicional de esta comunidad tsotsil, con el Kinta-Jimultik o “Fuego Nuevo”, en el que se conjugan elementos católicos con ritos paganos. Esta festividad evoca episodios míticos del libro sagrado de los antiguos mayas, el Popol Vuh, en su liturgia, sus danzas, el vestuario de los actores, entre otros. Participan personajes como los “max” u hombres-mono cuya actitud y apariencia provocan fascinación entre los visitantes (SECTUR CHIAPAS).

El turista valora este escenario cultural mostrado. Aquí no hay museos sino indígenas reales que muestran sus tareas cotidianas y ceremoniales a los visitantes. Aquí es donde su corporeidad adquiere protagonismo. Por ejemplo, en San Juan Chamula se observa la dinámica cotidiana de un mercado de alimentos y otros enseres; se recorre el mercado de *souvenirs* con los mismos productos que se ofrecen en otros lugares turísticos de México o Guatemala; o se visita el cementerio con indígenas que llevan flores o realizan plegarias ante las tumbas de sus difuntos. La corporeidad indígena más acentuada se observa en la iglesia de San Juan Bautista donde los indígenas practican una serie de ceremonias en las que caben múltiples actividades: curaciones, ceremonias a los santos, plegarias, rezos y peticiones, y se utilizan una serie de objetos como animales, velas, incienso y refrescos que los convierten en materia perfecta para la explotación turística. La iglesia se promociona como: “Un ritual mezcla del catolicismo y creencias indígenas con antecedentes prehispánicos en el que se cura el alma enferma del indígena”. Los guías hablan de un sincretismo religioso por la combinación de prácticas y creencias mayas y católicas que sirven para sanar los males del alma, más que del cuerpo, mediante: “Una tradición milenaria en estrecho contacto con la naturaleza”. Por su parte, los mandatarios indígenas presentan el centro ceremonial como un centro espiritual en conexión con su pasado maya:

A primera vista usted se dará cuenta que nuestra forma de vivir es muy diferente a la suya. La principal razón es que nuestro “Centro Ceremonial” se considera como “El ombligo del mundo”, a través de una vida netamente “Ritual y Ceremonial”. Estamos humildes y totalmente conectados con la “madre tierra y “El Cosmos” [...] Mediante estrechos vínculos, hemos podido conservar ciertas tradiciones y costumbres tan antiguas que algunas provienen de los Mayas y por ello estamos sumamente orgullosos de nuestra cultura” (Guía San Juan Chamula. Chiapas. Historia de un Pueblo y sus Tradiciones).

Los turistas observan en primera fila los rituales indígenas y aparecen como intrusos ante la vida sagrada de los indígenas; observan desde una mirada de extrañeza y exotismo, y se insertan en la magia que transmite el momento ritual, la misma que quiere hacer transmitir el cuerpo ritual indígena. Se trata de un espacio frontal construido como un escenario teatralizado que requiere que los indígenas se conviertan

en actores inmunes al palco que los observa y que pacten con antelación esa indiferencia. Nadie parece percatarse que en este mismo espacio haya otros curanderos que ofrecen sus servicios a los turistas por un precio módico, o que los anfitriones digan que prefieren acudir a la iglesia por las tardes para realizar sus ceremonias y no ser molestados por los tours matutinos de los turistas. Pero, de alguna manera, se trata de un acto corporal sagrado que se ha fortalecido precisamente por la presencia turística. No es así en otros municipios indígenas donde el contacto turista/indígena es prácticamente inexistente. Allí, por ejemplo, se ve poca gente por las calles, las iglesias están prácticamente vacías a no ser que coincidas con alguna celebración, y los cuerpos exhibidos se han convertido en cuerpos cotidianos que están en sus casas o trabajando en el campo lejos de la mirada turística.

También en Zinacantán se entra en la Iglesia principal de San Lorenzo, pero la corporeidad indígena se muestra en las pequeñas factorías textiles con mujeres que cocinan y tejen ante los turistas. Una de las mayores atracciones consiste en ver tejer a una mujer, mientras el guía explica las técnicas antiguas del telar de cintura, los adornos con animales prehispánicos y el enorme tiempo que se requiere para la elaboración de un textil. Allí exponen su cuerpo con hermosos trajes, con faldas y blusas de flores de diferentes colores y decorados con hilos sintéticos de plata y oro, y se habla de tradiciones antiguas y de trajes autóctonos que han perdurado de generación en generación:

Esta casa es la casa tradicional. Observen ustedes que las paredes están hechas de lodo mezclado con aguja de pino, secados al sol formados bloques de piedra. Este tipo de construcción quiero decirles que se introdujo durante la época de la conquista en el S. XVI. Más adentro vamos a ver una casa como era antes. Pasen, pasen por favor. Les presento a la señora Matal, tiene más de setenta años, seis hijas y dos varones, ocho en total. Esta labor que hace ella, prácticamente se da de generación en generación. Viene de su abuela, su mamá, enseña a sus hijas. Desde los seis años aprendió los textiles, a tejer, a bordar, y los hombres al campo. Porque aprender es un valor cultural. Se sienta cuatro o cinco horas en contacto con la naturaleza, con la madre tierra. Su textil es un lienzo en un caballete porque en los textiles se van plasmando ideas, historias, leyendas, diferentes generaciones se plasman en el telar (Guía turístico).

Con la visita a la casa también se incorpora el ritual de vestir a los turistas con el traje zinacanteco de boda para que, por un día, los visitantes puedan participar en un auténtico rito indígena. Las mujeres han construido un espacio delantero claramente identificable; una casa de tejedoras especialmente preparada para la visita turística, adornada con símbolos tradicionales, que se separa claramente de los espacios privados y familiares ocultos al visitante. En esos espacios ocultos los anfitriones se desenvuelven como cualquier otro grupo social, pero requieren reconstruir un mundo indígena frontal con cierto control sobre lo representado. Se trata de una simulación en la que entra en juego la presentación de signos y discursos claramente identificables como objeto turístico y que sean reconocidos por los imaginarios que circulan a nivel global. En cierta forma, estas mujeres comercializan con su cuerpo en un espacio de otredad donde se expone historia y cultura, y se establece una hospitalidad comercializada (Cohen, 1972) para el buen funcionamiento del negocio.

La exhibición del cuerpo ante el turismo ha sido beneficiosa para algunos grupos de indígenas que utilizan el discurso de la cultura para sus propios beneficios. Es motivo de debate el hecho de que los más enriquecidos sean precisamente los que han sabido entrar en el negocio y controlar partes del proceso, es decir, los que, de alguna manera, se han involucrado en dinámicas capitalistas abriendo negocios, cobrando la entrada a los tours, controlando la venta de artesanías, o ideando espacios de exhibición turística. De hecho, el turismo ha permitido que algunas prácticas, como la elaboración de artesanías, se resignifiquen en un contexto que valora lo manual y antiguo más que lo industrial y repetitivo. Las mujeres, por ejemplo, se han convertido en las guardianas de las tradiciones, especialmente en la utilización del telar de cintura para fabricar textiles, recayendo en ellas una buena parte de la simbología prehispánica indígena. Esto también es significativo para comprender la posición social que tiene la mujer en los municipios indígenas; un cuerpo utilizado como emblema étnico y como un signo visible de identificación, pertenencia y demarcación de fronteras, pero también como un elemento de control social dentro de asimetrías y relaciones de poder que operan a través de las expresiones corporales (De la Cadena, 1991; Otzoy, 1992; Hendrickson, 1997; Crain, 2001; Camus, 2002; Poole, 2005).

El discurso sobre la tradición prehispánica ahora es utilizado tanto por el Estado y agentes turísticos como por las propias élites indígenas, como estrategia para capturar espacios políticos y económicos en la región. Lejos queda considerar que los pueblos indios de Los Altos fueron creación de la colonia que formó varios asentamientos alrededor de la capital de Ciudad Real, actual San Cristóbal de Las Casas, y que esos centros fueron dominados por el aparato estatal y religioso que transformaron radicalmente las bases prehispánicas de poder y economía indígenas. La vestimenta, por ejemplo, jugó un papel fundamental como mecanismo de discriminación hacia los indios; era utilizada como una forma de distinción ante los colonizadores y hacía más fácil su identificación (Viqueira, 1995, 2002). Sin embargo, en el contexto turístico actual, tiene poca importancia saber que la lana que ahora portan las mujeres indígenas en sus faldas fue traída por los españoles, y que los hilos que se utilizan actualmente provienen de fábricas de la capital de México y de Guatemala que incorporan amplias gamas de colores. Tampoco que las flores eran inexistentes, que no existían bordados y que la ropa cotidiana casi no utilizaba los brocados que se exponen en colecciones como reliquias del pasado prehispánico. Al contrario, los objetos y las personas se autentican ante los turistas porque se muestran en espacios performances, con cuerpos en movimiento que exhiben su particular tradición. Cuerpos indígenas colonizados por la industria del turismo que exhiben unos rasgos culturales anteriormente eliminados que ahora se resignifican para un viajero en busca de apariencias e imaginarios turísticos.

5. Conclusiones

Los turistas étnicos que visitan Los Altos han entrado en un mercado internacional que idea y simula mundos imaginados y van buscando lo que no pueden encontrar en su entorno: los indígenas que durante décadas han sido considerados la clase más baja y estigmatizada de la sociedad mexicana. Los imaginarios étnicos del turista se reproducen y prevalecen cuando se acercan a mirar a esos otros: son un pasado que han dejado atrás por su condición de modernidad y de desarrollo económico, son

la esencia de la tradición en contraposición al mundo contemporáneo cada vez más monótono y rutinario. La mirada turística es una mirada construida (Urry, 2003) que construye una visión homogénea del indígena: sin individualidad, sin diferencias sociales entre unos y otros, cercanos a una espiritualidad innata y más próxima a la naturaleza y fuera del entorno urbano y del desarrollo del país. Además, los turistas se acomodan en hoteles en una ciudad que ofrece todos los servicios necesarios para que la estancia sea placentera, y esa mirada sobre el indígena se construye desde la distancia, como si fuera una vitrina de museo. La mirada turística reproduce antiguas relaciones coloniales entre el indígena y el mestizo en su manifestación jerárquica: los indígenas son diferentes porque en cierta forma permanecen en un estadio inferior de desarrollo, ese mismo desarrollo que la clase mestiza sí logró superar. También incorpora una mirada de nostalgia que oculta la dominación colonial; los indígenas en su versión más pura son los que encontraron los colonizadores que no pudieron acabar con las prácticas y manifestaciones culturales que conservan prácticamente intactas en la actualidad (Salazar, 2012).

En todas estas miradas, el cuerpo indígena se convierte en el centro de atención; los cuerpos casi momificados de los museos y colecciones frente a los cuerpos performances; cuerpos que representan a la vez la cultura en el pasado y en el presente. Las miradas hacia los cuerpos de la otredad han sido construidas desde múltiples canales publicitarios, agentes y guías turísticos, organismos oficiales, empresarios y por los propios indígenas. Es necesario entender qué emerge de este proceso social y los cambios que acontecen en diferentes vías. Por ejemplo, las políticas nacionales han contribuido a glorificar al indígena con discursos unitarios sobre la igualdad de una nación basada en su multiculturalidad interna. Lo hacen mediante inversiones y canales publicitarios, pero también mediante la exaltación de un patrimonio cultural, atemporal y estático, que convierte la diversidad cultural en mercancía y espectáculo para el turismo. La revaloración del tiempo pasado se evidencia de manera notoria en los museos y colecciones que se exhiben en la ciudad. Allí los indígenas simbolizan su cultura maya, singular y única; es la mayor expresión de lo étnico, de todo el colorido de sus trajes, de sus instrumentos musicales, de sus rituales y rezos para sanar enfermos. A través de estas vitrinas, el Estado proyecta su particular historia y materializa la política estatal de preservación de la tradición cultural. En cierta forma, el Estado legitima una idea de nación que quiere presentar en la actualidad: la valoración de la cultura presente como expresión de la diversidad étnica que compone el país; un presente incierto que exalta un nacionalismo pluricultural mexicano combinado con un imaginario de su pasado glorioso; un presente que a la vez estigmatiza y margina a la población indígena.

Además, en los lugares de destino, la industria del turismo puede ocultar y a la vez fortalecer relaciones de poder basadas en la desigualdad histórica entre indígenas y mestizos. En el espacio del turismo de lo que se trata es de capturar espacios de representación adecuados, aunque se sobrepase la realidad al enseñar un mundo hiperreal de convivencia multicultural, armoniosa y pacífica entre personas y grupos. Por ejemplo, se hace énfasis en el “pueblo Mágico” de San Cristóbal, una zona urbana que une a la vez lo colonial con lo prehispánico, pero la inversión del Estado ha favorecido más a la clase mestiza que tiene más capital económico y social. Esta representación de lo étnico tiene que acoplarse a los estereotipos turísticos y no amenazar con enseñar partes no reconocidas, como la pobreza y la marginación social (Urry, 2002). En la ciudad se excluye a la población indígena a vivir en la pe-

riferia mientras se le permite exhibir sus trajes y variedades étnicas por el centro de la ciudad. Su localización geográfica sigue siendo el campo y no la ciudad. Por eso, los tours a pueblos indígenas son promocionados como auténticos; allá los turistas pueden visitar a verdaderos indígenas, en sus casas, con sus telares, su trabajo en el campo y sus rituales. Por el contrario, ningún tour de la ciudad enseña los alrededores de la ciudad donde viven o malviven los inmigrantes indígenas, ni hay ningún cartel, postal o folleto que lo ilustre. Las rutas que toman los autobuses y camionetas hacia las comunidades indígenas se desvían para no acceder a la periferia, y en caso de tener que traspasar estos lugares, se relata un panorama pintoresco de iglesias protestantes, mercados indígenas o casas modestas tras el cristal del transporte turístico.

A la vez, las rutas turísticas autentifican una cultura única que perdura entre los indígenas de carne y hueso, esos mismos indígenas que los turistas observan por las calles de la ciudad o en sus pueblos, en sus iglesias y en sus casas; los mismos indígenas que trabajan al lado del turista sin ser vistos para mantener económicamente a sus familias. De alguna forma, estos cuerpos performances que emergen en los escenarios legitiman estas construcciones del pasado que permanecen vivas en el presente y verifican y autentifican lo que los museos exponen; indígenas que reproducen las técnicas antiguas del telar de cintura, que visten con atuendos coloridos, que hacen rituales de curación, que venden en los mercados y por las calles sus objetos manuales y tradicionales. Los cuerpos en movimiento se convierten en la encarnación de la tradición frente a la modernidad, son cuerpos distantes, convertidos en monumento de un pasado añorado por el turista y de un orden de las cosas anterior al proceso de industrialización.

También forma parte del escenario la exhibición cultural que los propios indígenas reinventan; en cierta forma, se apropian de los imaginarios que corren sobre ellos. En las visitas turísticas hay una interacción amistosa: los locales se apropian de la mirada construida de su propia cultura y el discurso sobre lo étnico para utilizarlo en sus propios beneficios. Algunos autores ya han descrito la manera como el turismo internacional puede llegar a ser un vehículo empoderador para construir cultura, tradición e identidad (Cohen, 1972, 1988). El turismo no es solo una estrategia económica que permite salir de la pobreza, es también un lugar de presentación de esta etnicidad comercializada como la exaltación de una diferenciación cultural bajo parámetros globales. En estos nuevos contextos creados por y para el turismo se presentan nuevas formas de una etnicidad mercantilizada en la que se potencia la exhibición de referentes culturales para establecer distinciones y marcar diversas fronteras físicas, sociales y políticas (Cohen, 1988; Comaroff y Comaroff, 2011). Por eso, en estos lugares convertidos en centros de consumo global, la utilización del lenguaje de la cultura (Poole, 2005), se convierte en un arma, en una estrategia para capturar espacios de participación social y política.

Todos estos imaginarios étnicos que representan los indígenas nada tienen que ver con las prácticas culturales de los indígenas en Chiapas, en parte porque la colonización terminó con sus vidas como anteriormente se conocían (Viqueira, 2002). Faltaría poner ejemplos de cómo esos indígenas fueron eliminados y dominados por la colonia española: el relato negro de los acontecimientos históricos que la exhibición del patrimonio cultural y los cuerpos performances deliberadamente ocultan. Las miradas turísticas invisibilizan los cuerpos históricos a favor de cuerpos espectáculo y recuerdan formas como Occidente ha visto a esos "otros" en diferentes etapas: cuerpos exhibidos a principios del S. XX en zoológicos y ferias internacionales como

si fueran testimonio de nuestro pasado y evolución presente (Oehmichen, 2013b), observados ahora como cuerpos en movimiento en entornos propios que representan esos actos simbólicos que todos reconocemos como étnicos porque los hemos construido como tales. En cierta forma se viaja para tener una visión de la otredad pacífica, dentro de una hospitalidad comercializada, como señala Cohen (1972), en la que huéspedes y anfitriones establecen primordialmente una relación económica a través del lenguaje de la cultura. Esa es precisamente la mirada turística, una mirada de lejos y distanciada, una mirada desde un tour turístico que permiten entrar en un espacio seguro de la otredad. Los imaginarios turísticos, como añade Salazar (2012), se han vuelto globales y constituyen formas familiares de ver la alteridad y la diferencia global en los espacios de interacción locales. Allí, en el paisaje étnico perdura la visión del salvaje domesticado, como afirma Oehmichen (2013a), de un exótico pintoresco que se ajusta a las imágenes globales. Allí recorreremos y miramos una ilusión, como si hiciéramos un recorrido por un parque temático, y observamos cuerpos indígenas fosilizados y atemporales que sobreviven del mercado global de las apariencias.

6. Referencias bibliográficas

- Camus, Manuela (2002). *Ser indígena en la ciudad de Guatemala*. Guatemala: FLACSO.
- Cantón Delgado, Manuela (1997). “Las expulsiones indígenas en Los Altos de Chiapas: algo más que un problema de cambio religioso”. *Mesoamérica*, 18 (33): 147-169.
- Castellanos, Alicia (2005). “Exclusión étnica en las ciudades del centro y sureste”, en P. Yanes, V. Molina y O. González (Coords.) *Urbi indiani. La larga marcha a la ciudad diversa*. México: Dirección general de Equidad y Desarrollo Social/ UAM, 145-168.
- Cohen, Erik (1972). “Toward a sociology of international tourism”. *Social Research*, 39: 164-182.
- (1988). “Authenticity and commoditization in tourism”. *Annals of Tourism Research*, 15 (3): 371-386. Doi: 0160-7383/88 \$3.00 +.00
- Colby, Benjamin N.; Van den Berghe, Pierre L. (1992). “Relaciones étnicas en el sureste de México”, en E. Z. Vong, (Ed.), *Los Zinacantecos*. México: INI, 29-62.
- Comaroff, John L.; Comaroff, Jean (2011). *Etnicidad S.A.* Madrid: Katz editores.
- Coronado, Gabriela (2008). “Insurgencia en turismo. Reflexiones sobre el impacto del turismo politizado en Chiapas”. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6 (1): 35-68.
- Crain, Mary (2001). “La interpretación del género y etnicidad: nuevas auto-representaciones de la mujer indígena en el contexto urbano de Quito”, en G. Herrera (Comp.), *Antología de estudios de género*. Ecuador: Flasco, 351-379.
- De la Cadena, Marisol (1991) “Las mujeres son más indias: Etnicidad y género en una comunidad del Cuzco”. *Revista Andina*, 9 (1): 7-21.
- Hendrickson, Carol (1997). “Imágenes del maya en Guatemala: el papel del traje indígena en las construcciones del indígena y del ladino”. *Mesoamérica*, 18 (33): 15-40.
- Hvostoff, Sophie (2004). “Indios y coletos: por una relectura de las relaciones interétnicas en San Cristóbal de las Casas, Chiapas”, en M. L. Pérez Ruíz (Coord.), *Tejiendo historias. Tierra, género y poder en Chiapas* México: INAH, 297-320.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI). 2010. *Censo de Población y Vivienda*. URL: www.inegi.org.mx.

- Little, Walter E. (2008). "Living within the Mundo Maya Project. Strategies of Maya Handicrafts Vendors". *Latin American Perspectives*, 35 (3): 87-102. doi: 10.1177/0094582X08315793
- MacCannell, Dean (2003). *El turista, una nueva teoría de la clase ociosa*. Barcelona: Melusina.
- Morquecho, Gaspar (1992). *Los indios en proceso de organización. La organización indígena de Los Altos de Chiapas, Criach*. México: Universidad Autónoma de Chiapas.
- Oehmichen, Cristina (2013a). "Introducción", en C. Oehmichen (Ed.), *Enfoques antropológicos sobre el turismo contemporáneo*. México DF: Universidad Autónoma de México, 11-33
- (2013b). "Una mirada antropológica al fenómeno del turismo", en C. Oehmichen (Ed.), *Enfoques antropológicos sobre el turismo contemporáneo*. México DF: Universidad Autónoma de México, 35-71.
- Otzoy, Irma (1992). "Identidad y trajes mayas". *Mesoamérica*, 13 (23): 95-112.
- Pitarch, Pedro (1995) "Un lugar difícil: estereotipos étnicos y juegos de poder en Los Altos de Chiapas", en J.P. Viqueira, M. H. Ruz (Eds.), *Chiapas. Los rumbos de otra historia*. México: UNAM-CIESAS-CEMCA-Universidad de Guadalajara, 237-250.
- Pitt-Rivers, Julian (1989). "Palabras y hechos: los ladinos", en N. McQuown, N. J. Pitt-Rivers (Eds.), *Ensayos de Antropología en la zona central de Chiapas*. México: INI, 21-42.
- Poole, Deborah (2005). "Diferencias ambiguas: memorias visuales y el lenguaje de la diversidad en la Oaxaca posrevolucionaria". *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 47 (195):125-162.
- Robledo, Gabriela (1997). *Disidencia y religión. Los expulsados de San Juan Chamula*. México: Universidad Autónoma de Chiapas.
- Sahlins, Marshall (1997). *Cultura y razón práctica*. Barcelona: Gedisa.
- Salazar, Noel B. (2012). "Tourism imaginaries: a conceptual approach". *Annals of Tourism Research*, 39 (2): 863-882. Doi: 10.1016/j.annals.2011.10.004
- Santana, Agustín. (1997). *Antropología del turismo. ¿Nuevas hordas, viejas culturas?* Barcelona: Ariel.
- (2003). "Turismo cultural, culturas turísticas". *Horizontes Antropológicos* (Porto Alegre), nº 20: 31-57.
- Secretaría de Turismo (SECTUR). URL: <http://www.turismochiapas.gob.mx/sectur/>
- Secretaria de Turismo. Gobierno del Estado de Chiapas (SECTUR CHIAPAS).URL: <http://www.turismochiapas.gob.mx/sectur/index.php>
- Scheper-Hughes, Nancy; Lock, Margaret M. (1987). "The Mindful Body: A Prolegomenon to Future Work in Medical Anthropology". *Medical Anthropology Quarterly, New Series*, 1 (1): 6-41.
- Smith, Valene S. (1992). "Introducción", en V. S. Smith (Comp.), *Anfitriones e invitados. Antropología del Turismo*. Madrid: Endymion, 15-41.
- Turner, Terence S. (2002). "The social skin". *Journal of Ethnographic Theory*, 2 (2): 486-504.
- Urry, John (2002). *The Tourist Gaze*, Londres: Sage.
- Van den Berghe, Pierre L. (1994). *The Quest of the other. Ethnic Tourism in San Cristóbal, México*. Seattle: University of Washington Press.
- (1995). "Marketing mayas. Ethnic Tourism Promotion in Mexico". *Annals of Tourism Research*, 22 (3): 568-588. Doi: 0160-7383(95)00006
- Viqueira, Juan P. (1995). "Los Altos de Chiapas: una introducción general", en J. P. Viqueira, M. H. Ruz, (Eds.), *Chiapas. Los rumbos de otra historia*. México: UNAM-CIESAS-CEMCA-Universidad de Guadalajara, 219-236.

- (2002). *Encrucijadas chiapanecas. Economía, religión e identidades*. México: Tusquets Editores.
- Wang, Ning (1999). “Rethinking Authenticity in Tourism Experience”. *Annals of Tourism Research* 26(2): 349-370. Doi: PII: S0160-7383(98)00103-0