

82

Rituales políticos y procesos identitarios

Nueva Antropología

Turid Hagene, El lenguaje ritual y su uso político: evidencia de un pueblo originario en el Distrito Federal, México · Eugenia Bayona Escat, Rituales indígenas y otras escenificaciones turísticas en los Altos de Chiapas · Fredyd Torres Oregón, Francisco Herrera Tapia, Ivonne Vizcarra Bordi, Bruno Henri Lutz Bachére, Etnografía institucional del Proyecto Estratégico de Seguridad Alimentaria (PESA) en una comunidad mazahua · Michel Duquesnoy, Mujeres mapoche williche del Sur Austral chileno: política y resiliencia en la construcción de un feminismo sui géneris · Ludmila Gaudad Sardinha Carneiro, Este día es de respeto y alegría: consideraciones sobre el género en el día de visitas a las cárceles del Distrito Federal, Brasil · Daniel Calderón Carrillo, Los niños como sujetos sociales. Notas sobre la antropología de la infancia

SEP | CONACULTA INAH

VOL. XXVIII, NÚM. 82, ENERO-JUNIO DE 2015 ISSN 0185-0636

Nueva Antropología 82

Rituales políticos y procesos identitarios

RITUALES INDÍGENAS Y OTRAS ESCENIFICACIONES TURÍSTICAS EN LOS ALTOS DE CHIAPAS

Eugenia Bayona Escat*

Resumen: Desde hace unas décadas, nuevas actividades turísticas han invadido el mercado internacional. El turismo alternativo es realizado por un tipo de viajero que busca experiencias auténticas a través del contacto y la inmersión en mundos considerados tradicionales y exóticos. Este trabajo se enmarca en la región de los Altos tzotzil-tzeltal de Chiapas, México, lugar que se ha convertido en un centro de atracción turística en los ámbitos nacional e internacional, debido al interés de los turistas por observar y experimentar de cerca la vida indígena. El estudio analiza la puesta en escena que realizan los indígenas para cumplir con las expectativas de los turistas. Se pretende demostrar que en dicha escenificación hay un dominio de una clase político-religiosa que controla numerosas actividades económicas y extiende su influencia al ámbito del turismo.

Palabras clave: turismo étnico, escenificación, consumo cultural, élites indígenas.

Abstract: For several decades, new tourism activities have invaded the international market. The kind of visitor who pursues alternative tourism seeks authentic experiences through contact with and immersion in worlds they consider to be traditional and exotic. This article refers to tourism in the Tzotzil-Tzeltal highlands of Chiapas, Mexico, an area which has become a national and international tourist attraction, given the interest of tourists in closely observing and experiencing Indian life. The study analyzes the staging presented by the Indians to meet the expectations of tourists. It sets out to show that in this staging the political-religious class which controls numerous economic activities also extends its influence into the field of tourism.

Keywords: Ethnic tourism, staging, cultural consumption, Indian elite.

En la actualidad, la región de los Altos Tzotzil-Tzeltal se ha convertido en uno de los destinos turísticos más importantes del estado de Chiapas, cuyo éxito se basa principalmente en la atracción que tiene la antigua ciudad colonial de San Cristóbal de las Casas, capital de la región, junto a los numerosos municipios indígenas a su alrededor, que han sido pro-

*Profesora ayudante, doctora en el Departamento de Sociología y Antropología de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Valencia, España. Línea principal de investigación: Migración indígena a las grandes ciudades de México y los procesos de inserción laboral y social de los inmigrantes; estrategias, redes sociales, organización familiar y del trabajo, enclaves étnicos, economía informal, comercio y consumo. Turismo étnico y consumo cultural. Correo electrónico: m.eugenia.bayona@uv.es
Este trabajo forma parte del proyecto de investigación "Consumo e imaginarios culturales", con investigadores de la Universidad de Valencia en convenio con el Centro de Estudios Superiores de México y Centroamérica (Cesmeca) de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas.

movidos por la industria turística tanto por sus diferencia culturales como por su glorioso pasado maya. Debido a la constante llegada de turistas nacionales y extranjeros a la región, en algunas localidades indígenas se ha desarrollado una serie de servicios y escenarios turísticos que han originado un lucrativo negocio para la población local. El desarrollo de estas actividades no ha sido fruto únicamente de la industria del turismo, centralizada principalmente en la cabecera de la región, sino también por la participación de algunos colectivos indígenas que controlan numerosas actividades relacionadas con el mercado turístico. En algunos lugares se ha permitido el acceso a iglesias o recintos sagrados para presenciar rituales, entrar en casas particulares para observar el proceso de elaboración artesanal, visitar cementerios y montañas sagradas, o recorrer los parajes naturales de la zona a pie o a caballo. En otros municipios, en cambio, se ha prohibido la entrada de turistas o se ocultan espacios y actividades que se consideran privadas o sagradas y no se le permite a los extraños observar.

El turismo en la región de los Altos es un fenómeno relativamente reciente gracias, en parte, al levantamiento del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) a principios de 1994, que convierte a la región en un centro internacional de lucha revolucionaria indígena. No obstante, desde la década de los setenta había un interés por parte del gobierno por las posibilidades turísticas de la zona, sobre todo en la ciudad colonial de San Cristóbal de las Casas, que alberga una gran riqueza monumental. La ciudad se declara Zona de Monumentos Históricos en 1986 por el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) y posteriormente, en 2003, es catalogada como Pueblo Mágico por la Secretaría de Turismo. Desde los organismos estatales se emprende un proceso de rehabilitación del patrimonial histórico de monumentos, casas coloniales, iglesias y plazas principales, al mismo tiempo que aparecen las primeras agencias de viajes y servicios asociados, como hoteles, restaurantes y tiendas, para promocionar la ciudad como un atrayente destino turístico. Actualmente, la región se halla enclavada en el circuito turístico conocido como "Mundo maya", que incluye las ruinas de Palenque, el Caribe y la península de Yucatán, en la que se promociona un escenario mítico de modernos descendientes de antiguas culturas prehispánicas.[1] Las actividades turísticas se han extendido de la ciudad a los municipios indígenas, a sitios arqueológicos cercanos y a rutas en los paisajes naturales de la región, con la participación de numerosos agentes globales y locales entre inversionistas, empresarios, constructores, políticos, comerciantes y guías turísticos, además de los habitantes indíge-

[1] El proyecto turístico "Mundo maya" empezó a desarrollarse en 1989 por la Secretaría de Turismo de México, junto con los países vecinos 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 (http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Programa_Mundo_Maya).

nas y mestizos que han contribuido a la recreación y escenificación turística de la región.

En los Altos, la ruta calificada como "maya" por las instituciones locales y gubernamentales y por las agencias turísticas de la zona, incluye la visita a dos comunidades indígenas cercanas a la ciudad de San Cristóbal: San Juan Chamula y Zinacantán, y se organizan *tours* desde la ciudad para que los turistas conozcan de cerca la vida indígena. El turismo hacia los dos municipios indígenas se organiza por agencias que contratan en su mayoría a guías no indígenas, aunque hay excepciones y algunos indígenas que viven ahora en la ciudad de San Cristóbal se han convertido también en agentes turísticos. Sin embargo, es necesario pedir permisos para entrar a ambos municipios, pagar por la entrada de los autobuses y hacer acuerdos con las autoridades indígenas para visitar e informarse sobre los espacios que están autorizados conocer. La visita de ambas comunidades se efectúa en un mismo día y en cada una de ellas se muestran diferentes aspectos de la cultura "tradicional" indígena: en Zinacantán el escenario turístico se construye mediante la exhibición de la producción y venta de textiles, promocionadas por los guías como "auténticas artesanías mayas", mientras en San Juan Chamula se oferta un recorrido por algunos espacios sagrados e incluye la observación de "auténticos rituales indígenas". Entre las actividades culturales que se muestran a los turistas, los rituales indígenas, presentados como auténticas ceremonias mayas, son la parte más demandada. La eficacia simbólica de los rituales permite concentrar en un mismo espacio creencias, prácticas y valores locales, que tienen las características adecuadas para ser consideradas una manifestación auténtica y, a la vez, convertirse en un apreciado objeto de consumo externo.

Para estudiar este interés que tiene el turista por conocer y experimentar la vida indígena es necesario adentrarse en las nuevas demandas y formas de viajar que aparecen en la década de los ochenta; el turismo alternativo, con sus derivaciones en el ecoturismo, turismo étnico, cultural o rural, protagonizado por un tipo de viajero que se traslada a lugares cada vez más remotos, supuestamente menos comercializados y al margen de un turismo de masas estandarizado, y busca lugares que se revalorizan como interesantes por su carga histórica, sus bellezas naturales o su población autóctona. Específicamente para el turista étnico, interesado en pueblos indígenas, nativos, aborígenes y étnicos, entre otros, calibra la autenticidad de su experiencia por las actividades de contacto que realiza con el "otro"; participación en rituales y danzas, visita a casas particulares y a mercados autóctonos, así como la adquisición de objetos de artesanía como parte del consumo turístico (MacCannell, 2003; Santana, 2003a, 2003b; Smith, 1989; Van Den Berghe, 1994). La demanda de este tipo de turista se centra en el consumo de las costumbres "típicas y exóticas" de los pueblos indígenas (Smith, 1989), pero también de la cultura en sus rasgos más esenciales, basados en sus carac-

terísticas y rasgos descontextualizados, que se muestran como un espectáculo para el viajero y se convierten en objetos potenciales mercantilizados (Greenwood, 1989).

En esta búsqueda de lo auténtico y alejado de la cotidianeidad, donde lo diferente y singular aparece como algo anhelado y soñado, los imaginarios se convierten en potentes canalizadores del significado del "otro". Ese "otro" ha sido definido en el escenario turístico con una variedad de tópicos culturales entre ancestral, exótico, primitivo o espiritual (MacCannell, 2003), y ha sido construido en una maquinaria de medios de comunicación como si viviera en otro plano y hubiera escapado de la sociedad consumista actual. Urry (2002) señala cómo se construyen formas sistematizadas para los turistas a través de imágenes generadas por los medios de comunicación, como la televisión, el cine, la literatura o la prensa, entre otros, que consolidan un tipo de viaje turístico de pautas guiadas en busca de un mundo recreado como espectáculo para el viajero. Así, la mirada turística construida con antelación transforma los entornos turísticos en iconos globales, en señas y referentes particulares de cada lugar, y los convierten en paraísos atemporales que derivan en una codiciada mercancía. Como consecuencia de este interés por el "otro", y concretamente la revalorización de la imagen del indígena a nivel internacional, algunas zonas han vivido transformaciones diversas en su paisaje y su estructura interna, al mismo tiempo que diversos cambios económicos y socioculturales entre la población receptora; se ha reestructurado el espacio, se ha invertido en infraestructura de hospedaje y servicios asociados, y también se han reinventado una diversidad de atracciones en escenarios *frontales* para cumplir con las expectativas de los turistas (Boissevain, 2005; MacCannell, 2003).[2]

Este texto contribuye a la discusión sobre la representación y mercantilización de la cultura desde este interés que suscitan los indígenas y lo étnico en el mundo global. Revisa un contexto local mercantilizado por y para el turismo que ha convertido a los indígenas en protagonistas y les ha permitido entrar en el mundo de la escenificación mostrando sus estilos "tradicionales" de vida. Se trata de un contexto interesante para analizar por qué en los Altos ha sido la propia población indígena la que se ha apropiado de una identidad cultural "indígena" para exhibirla ante el mercado turístico. A pesar de que existe un discurso nacional que ha desarrollado la línea de un pasado colonial (San Cristóbal de las Casas) o ha privilegiado el discurso patrimonial histórico de las ruinas mayas, los indígenas controlan rutas y acceso a sus munici-

[2] Dean MacCannell (2003) retoma los conceptos de Erwin Goffman de *front* y *back* para elaborar su teoría del escenario turístico. En la región frontal se desarrolla un entorno escenificado de recorridos y *tours* turísticos y lugares de servicios y ocio como restaurantes, hoteles y tiendas. Pero la zona trasera es el espacio de las formas de vida locales y ocultas al turista. En muchos casos son lugares marcados por la marginación y pobreza, que no han sido escenificados ni alterados para la mirada del turista y que ejemplifican la realidad vivida por los anfitriones.

pios, se han convertido en guías o transportistas, las mujeres en artesanas o comerciantes, y algunas elites controlan el proceso de escenificación junto con negocios a gran escala asociados al comercio turístico. El tema de la representación que utilizan los indígenas para presentarse ante los turistas permite analizar el ámbito de la escenificación con los escenarios frontales que se muestran y los *traseros* que se esconden, así como examinar los elementos que se seleccionan para esta representación y quiénes son las personas que tienen legitimación para escoger lo que debe mostrarse u ocultarse. Interesa también indagar en las consecuencias que este tipo de mercantilización tiene entre los anfitriones y si existen beneficios no sólo económicos, sino de protagonismo en un escenario contextual adecuado para negociar posiciones sociales, legitimar y reivindicar las prácticas locales.

Puesto que la "cultura indígena", entendida como una artefacto de presentación ante los turistas, es la que se convierte en un objeto de consumo y garantiza el éxito del turismo étnico en la zona, se entiende que se convierta en uno de los recursos principales para que el proyecto turístico sea viable. Ello nos remite revisar dos cuestiones importantes relacionadas con la forma en que la población indígena enseña y exhibe su cultura e identidad para acentuar su autenticidad a los ojos del visitante; por un lado, esos "otros", ahora indígenas, exhiben un ideal típico de identidad y cultura indígena que puede estar relacionada con las propias visiones que los turistas tienen de ellos; pero por otro, el turismo también puede convertirse en un importante vehículo de empoderamiento y autorrepresentación en los escenarios frontales como lugares propicios para manifestar, legitimar y reivindicar las prácticas locales. Ambas cuestiones nos remiten a preguntas cómo se involucran los indígenas en estos procesos de mercantilización y escenificación turística; si son manipulados y controlados por agentes e instituciones externas para mostrar una visión ideal del indígena acorde con los imaginarios turísticos o, por el contrario, tienen la capacidad para controlar los recursos y derivar en beneficios personales y comunitarios.

La agencia local en el ámbito del turismo implica tener la capacidad de seleccionar, manipular, e incluso inventar, una serie de escenarios frontales que pueden servir, no sólo para acoplarse a los invitados, sino también para activar cultura, tradición e identidad e interpretarse y representarse a sí mismos en el presente (Cohen, 1988; MacCannell, 2003; Salazar, 2006; Santana, 2003b; Urry, 2002). Desde esta perspectiva, la agencia local se relaciona automáticamente con el poder local, que necesariamente va a estar fragmentado y repartido entre algunos lugareños a expensas de otros con menor posicionamiento y al margen de la toma de decisiones. De lo que se trata es de indagar si el ámbito del turismo, que convierte a ese "otro" en un objeto consumible, propicia los espacios adecuados para que los locales tengan la posibilidad de autorrepresentación y adquirir mayor agencia social y empoderamiento, ya sea utilizando un tipo

de esencialismo estratégico como alude Spivak,[3] donde se representen con discursos dominantes para capturar espacios de representatividad, o a través de la transformación, resistencia y lucha por la producción de sus propios significados.

El trabajo se enfoca principalmente en el municipio indígena de San Juan Chamula, que acoge a numerosos visitantes, quienes recorren las calles principales de la cabecera municipal y se detienen en mercados y tiendas de artesanías, visitan el cementerio local y entran a la iglesia de san Juan Bautista para presenciar los rituales y ceremonias que se celebran en su interior. Las autoridades del municipio son las encargadas de cobrar la entrada a la iglesia, además de permitir el acceso a algunos espacios considerados de interés turístico o prohibir y ocultar otros para no romper con la auténtica representación indígena que busca el visitante. El texto analiza esta puesta en escena turística en la que se han seleccionado los ámbitos sagrados como los más emblemáticos para la exhibición turística, concretamente los rituales que se exhiben en la iglesia, que pueden ser estudiados como expresiones del particularismo cultural local indígena y, a la vez, como escenarios turísticos que entran en dinámicas de mercantilización global. Utilizo el término ruta de lo sagrado para conceptualizar un tipo de *tour* turístico en el que lo "maya" se asocia a ámbitos de espiritualidad indígena como una estrategia de presentación que los locales utilizan ante los foráneos. A partir de este análisis se pretende demostrar cómo la industria del turismo sirve para acrecentar el poder de las elites indígenas que controlan el mercado en el municipio, representan un escenario de rasgos esencialistas y atemporales adecuados para el consumo turístico y legitiman un discurso acoplado a sus intereses jerárquicos.

EL PODER DE LAS ÉLITES EN SAN JUAN CHAMULA

Los Altos Tzotzil-Tzeltal es actualmente una de las regiones más densamente pobladas y marginales del estado de Chiapas.[4] Está formada por 17 municipios y en el año 2010 la población total sumaba 601 190 habitantes, que significaba 12.5% a nivel estatal. Se caracteriza por ser una de las regiones con mayor porcentaje de hablantes de lengua indígena de tres o más años (75.2%), sólo superado por la región Tulijá Tzeltal-Chol en el norte del estado de Chiapas (89.7%). Su población indígena se concentra en 15 de los 17 municipios y mayoritariamente habla la lengua tzotzil (62.3%) y la tzeltal

[3] Gayatri Chakravorty Spivak (1988) ha utilizado el concepto de esencialismo estratégico para explicar el uso de las nociones dominantes por parte de los subalternos, los grupos sociales olvidados (campesinos, obreros, mujeres, tribus y otros grupos fuera de la modernidad) para que logren una representatividad política y cultural dentro de la sociedad dominante.

[4] El estado de Chiapas cuenta con 121 municipios que se agrupan en 15 regiones socioeconómicas. La población se caracteriza por ser mayoritariamente agrícola (47%), con una proporción elevada de población indígena (27.3%) (Inegi, 2000, 2010, www.ceieg.chiapas.gob.mx).

(37.2%). Según el Consejo Nacional de Población (Conapo), en 2010 la región tenía un nivel de marginación *muy alto*, con una mayoría de población campesina empobrecida que sobrevive con una agricultura de autoconsumo de producción familiar (maíz, frijol, algunas hortalizas y verduras) en tierras poco fértiles y desgastadas por la constante sobreexplotación (Conapo, 2010; Inegi, 2000, 2010).[5]

San Juan Chamula es el municipio indígena más poblado de toda la región, y en 2010 tenía una población de 76 941 habitantes, con una mayoría de población de tres o más años que habla lengua tzotzil (99.9%) (Inegi, 2010). La cabecera municipal se encuentra a sólo 10 kilómetros de la ciudad de San Cristóbal y se ha convertido en un lugar de visita obligada para los *tours* turísticos que recorren la región. Los autobuses hacen un recorrido por las principales calles de la cabecera del municipio y visitan el cementerio y la iglesia principal de san Juan Bautista. La cabecera funciona principalmente como centro político, ceremonial y administrativo para sus habitantes, y es un importante centro de distribución y venta de productos agrícolas y otros enseres. Desde la última década se ha convertido también en el lugar de residencia de las clases políticas y religiosas más adineradas, que han construido grandes casas y han abierto nuevos negocios, como tiendas de artesanía y alimentos, e incluso algunas cafeterías para los turistas. Los parajes que rodean a la cabecera no son visitados por los turistas. Allí, se concentran pequeñas localidades o casas distantes unas de otras, donde la población campesina sobrevive de la producción agrícola y de la escasa comercialización de excedentes.[6] Algunas mujeres indígenas producen y/o venden artesanías para el mercado local con beneficios escasos por la competencia existente ante la demanda turística. Además, desde la década de los noventa se ha producido una concentración de tierras para el cultivo en manos de propietarios indígenas enriquecidos que inauguran monocultivos y agudizan las diferencias entre una minoría indígena rica y una mayoría pobre. La migración temporal o definitiva, tanto nacional como internacional, se ha convertido en la mejor opción para los jóvenes, junto al trabajo asalariado, cada vez más escaso, en ciudades como San Cristóbal que demanda mano de obra para los servicios turísticos (Pineda, 1995; Rus, 2011; Viqueira, 1995, 2002: 75-105).

En el municipio se practica una forma de autogobierno o la "costumbre", el cual se lleva a cabo bajo el poder de las autoridades político/religiosas que

[5] En el año 2000, 56.7% de la población ocupada de la región de los Altos de Chiapas se dedica a la agricultura, seguida de 14.5% en la industria manufactura y 8.7% en el comercio ambulante, con la alarmante cifra de 47.9% de la misma no recibe ningún ingreso o está por debajo de recibir un salario mínimo (65 pesos por día) (Inegi, 2000, 2010, www.ceieg.chiapas.gob.mx)

[6] En San Juan Chamula, los trabajadores agropecuarios representan 63.4%, seguida del 22% en la industria y 9.4% en el comercio, aunque se da el caso de personas que combinan varias ocupaciones para enfrentar la subsistencia familiar (Inegi, 2000).

apelan a una serie de normas sociales que deben ser acatadas para el buen funcionamiento comunal. El gobierno de las elites, formado por unas cuantas familias y parientes allegados, impone un discurso de conservación de la "costumbre" y tradiciones indígenas, creencias, saberes y normas, algunas de las cuales dicen que provienen de sus ancestros mientras otras son fruto de la resistencia colonial. Ante los turistas, estas mismas elites manejan el discurso de una tradición cultural histórica y se presentan como "los otros", con una especificidad indígena que les confiere cierto exotismo, adecuado para el consumo turístico.[7] No obstante, el dominio que las somete hunde sus raíces en diversas estrategias con ciertos intereses comunes y abusos de poder, que involucra el fortalecimiento de lazos familiares, de amistades y compadrazgo, y la utilización de deudas, favores y amenazas como mecanismos de coacción social. Todos estos mecanismos les permiten crear redes eficaces para ir subiendo en la escala política y religiosa, y controlar negocios como el transporte regional y los medios de producción y distribución de productos (agrícolas, bebidas y utensilios ceremoniales) (Pineda, 1995; Rus, 1995b; Viqueira, 1995). Actualmente, la mayoría de los negocios relacionados con el turismo son manejados por dichas elites, que controlan el trasporte de la ciudad hacia los municipios, el pago de la entrada a las cabeceras municipales y los recintos sagrados e incluso poseen el control de algunas cadenas comerciales de artesanías mercantilizadas como indígenas.

La tradición basada en la "costumbre" indígena tuvo su primera ruptura en la época colonial, a partir del proceso de concentración y reubicación de la población indígena de los Altos alrededor de un núcleo central, la actual ciudad de San Cristóbal de las Casas, que se convirtió en el centro estratégico escogido por los colonizadores por su ubicación en una de las rutas de conquista hacia el sur.[8] Si bien en los primeros años de la colonia, la república de españoles y la república de indios mantenían una cierto equilibrio entre gobernadores hispanos y elites indígenas, con la llegada de los dominicos en la segunda mitad del siglo XVI,[9]

[7] Para profundizar en el discurso tradicionalista que las elites utilizan ante los turistas es interesante el análisis de la Guía San Juan Chamula, Chiapas. Historia de un pueblo y sus tradiciones, que se vende en la cabecera como propaganda turística y ha sido redactada bajo la supervisión de los representantes políticos del municipio. Este documento ilustra el discurso esencialista que utiliza la clase política para presentar al indígena de Chamula caracterizado mayoritariamente por su particular cosmovisión ritual y ceremonial.

[8] Villa Real, posteriormente denominada Ciudad Real, se fundó en el año 1528 por el conquistador español Diego de Mazariegos, con una estructura típicamente colonial: un centro en el que residían los colonizadores y una serie de barrios de indios a su alrededor, cada uno de los cuales estaba destinado a albergar a una o varias etnias indígenas: mexicas, tlaxcaltecas, mixes y mixtecos, zapotecas, quichés, tzotziles y tzeltales, entre otros (Paniagua Mijangos, 2010).

[9] La orden de dominicos, encabezada por fray Bartolomé de las Casas, llegó a la región en 1544 con la misión de evangelizar a los indios, a la que posteriormente se unirían franciscanos y curas seculares (Paniagua Mijangos, 2010, Viqueira, 1995, 2002: 109-158).

los indígenas de los Altos fueron desplazados y reubicados en terrenos más cercanos a la capital. Se formaron los pueblos de indios, aislados unos de los otros y diferenciados por vestimenta, lengua y santos protectores, que debían pagar tributos en especie o dinero a la colonia, y básicamente funcionaron como reserva de mano de obra para la distribución y transporte de mercancías o para trabajar en ciudades, plantaciones o haciendas ladinas. Para un mayor control político, se formaron cabildos en las cabeceras con población indígena, sin títulos ni derechos de sucesión, que servía de intermediarios entre el poder colonial y el pueblo indígena, con cargos como alcalde, regidores y otros menores. En el ámbito religioso se nombraron fiscales, maestros de coro, sacristanes, escribanos y mayordomos de las cofradías, alrededor de curas o párrocos españoles que detectaban el poder en torno al culto católico y exigían contribuciones monetarias o en mano de obra y productos agrícolas.

Aunque hubo intentos para enfrentar el abuso colonial, los indígenas nunca llegaron a realizar un movimiento conjunto[10] y la población ladina mantuvo su privilegio, incluso con el desplazamiento de algunos pobladores de la ciudad hacia las cabeceras indígenas con la intención de controlar mejor la política, los negocios del comercio y la contratación de mano de obra por medio de la figura del enganchador, que funcionaba como un intermediario entre propietarios y trabajadores de las fincas, y que utilizaba la estrategia de la deuda para obligar su trabajo prolongado en la finca. Dicha estrategia consistían en ofrecer el pago del trabajo por adelantado, y de esta forma, obligar a los indígenas a permanecer en las fincas hasta que el dueño consideraba que la deuda estaba saldada. Las deudas se heredaban de padres a hijos, además se contraían nuevas deudas con los gasto en las fincas, de manera que el trabajo en las plantaciones se convertía en permanente y obligatorio (Gosner, 1984; Rus, 1995b; Viqueira, 1995, 2002: 109-158).

Los cabildos indígenas continuaron funcionando hasta la revolución mexicana de 19l0, cuando se implantaron dos instituciones políticas en los municipios indígenas, el ayuntamiento tradicional y el ayuntamiento constitucional, el primero regido por ancianos indígenas como una continuación del antiguo cabildo, y el segundo por secretarios ladinos que mantenían el control mestizo sobre la población indígena. En 1951 se fundó en San Cristóbal el primer Centro Coordinador Tzeltal-Tzotzil, promovido por el Instituto Nacional Indigenista (INI), con un programa que incluía la integración de la población indígena a la nación mediante la construcción de nuevas infraestructuras educativas y sanitarias, la inversión en técnicas para el cultivo y la manufacturación, y la capacitación

[10] Dos revueltas merecen ser señaladas; en 1712 con la rebelión de indígenas tzeltales contra las autoridades religiosas y civiles en Cancuc y otras zonas cercanas de los Altos y la Selva y posteriormente, entre 1869 y 1870, la llamada "guerra de castas" de indígenas tzotziles. Para una mayor comprensión de ambas revueltas véase J. P. Viqueira (2002: 201-258) y de J. Rus (1995a).

de jóvenes indígenas. La política indigenista formó jóvenes maestros indígenas bilingües y promotores del desarrollo y la salud que se incorporaron a las filas de la burocracia regional. Gradualmente tomaron las riendas del poder en sus municipios y sustituyeron a los antiguos poderes y cargos políticos, y se convirtieron en valiosos aliados políticos del Partido Revolucionario Institucional (PRI) que detectaba el gobierno. Se legitima así una nueva clase de dirigentes indígenas, los cuales se convierten en representantes oficiales de las autoridades tradicionales que se rigen por la "costumbre" y asumen los cargos principales en el ayuntamiento constitucional, legitimado por los gobiernos estatal y federal (Pineda, 1995; Rus, 1995b, 2011; Viqueira, 1995).

En el caso específico de San Juan Chamula, las elites mantienen en la actualidad el control de gran parte de los territorios y parajes del municipio mediante cargos políticos y religiosos que se alternan y entrelazan. Los cargos políticos, como los de presidente municipal, regidores, jueces, escribanos o policías, tienen la obligación de mantener el orden público, recaudar y administrar fondos, organizar labores en la comunidad e impartir justicia, lo que les permite obtener beneficios y adquirir suficiente capital social para ascender en la escala social. A este aparato político se une un complejo *sistema de cargos*, en el que las autoridades políticas designan a una serie de oficios masculinos religiosos, las mayordomías, cuyas obligaciones son cuidar y limpiar la iglesia, celebrar fiestas para los santos y rezar para la comunidad. Los mayordomos reciben el bastón de mando durante un año para regir y simbolizar su cargo. Dichos cargos son jerárquicos y se buscan posibles candidatos con el suficiente prestigio y solvencia económica para ostentarlos y ascender a las altas esferas políticas y religiosas.[11] En el último escalón de difícil acceso se encuentran los principales, hombres ancianos que han pasado por todos cargos políticos y religiosos, y forman parte del "consejo" de autoridades más respetadas y consultadas en el terreno de las tradiciones y la costumbre indígena.

Las fiestas en honor a los santos se consideran parte esencial de la vida comunitaria y hay numerosos eventos que involucran a todo el municipio. A los santos castellanos se les piden favores, se les ofrece gratitud por las promesas cumplidas, se les colocan velas para orar y deben ser custodiados por los mayordomos durante todo un año. Se trata de nombramientos obligatorios para legitimar una membresía comunitaria y requieren gastar más de lo que se tiene en los cuidados, celebraciones y fiestas, a las que se invitan a representantes políticos y religiosos, y a la comunidad en general. Mucha de la población indígena que vive en estos parajes está exenta de la participación de estos costosos cargos por carecer de

[11] En San Juan Chamula, el *sistema de cargos* aparece en el siglo XIX como una práctica religiosa heredada de la época colonial y como consecuencia de la legitimación de las estructuras de poder caciquiles que se independizan de las cofradías religiosas ladinas (Paniagua Mijangos, 2008; Viqueira, 2002: 47-74).

los suficientes recursos económicos y contactos sociales para su acceso. Además, las rígidas estructuras indígenas no permiten rupturas que cuestionen su autoridad, lo que ha conducido a violentas expulsiones de indígenas que se convierten al protestantismo u otras religiones para enfrentarse al caciquismo indígena persistente.[12] La expulsión por motivos aparentemente religiosos y más concretamente políticos, esconde una rebelión interna de algunos indígenas que se oponen a contribuir con los pagos anuales para las numerosas fiestas dedicadas a los santos y a la participación ritual mediante los obligatorios cargos religiosos. Una buena parte de la población expulsada representa la más pobre y marginal del municipio, que vive de una agricultura de autoconsumo y no puede competir con las grandes extensiones de cultivo de los dirigentes y de los comercios a gran escala, algunos de los cuales están asociados a la venta de los objetos necesarios para las ceremonias religiosas. El campo religioso en San Juan Chamula se ha convertido en un ámbito de lucha y conflicto social donde las elites imponen y defienden sus estructuras de poder asociadas a una religión tradicional indígena. En torno al ámbito sagrado y su representación ritual, los dirigentes alegan a la defensa de la "costumbre" que no sólo les permite conservar sus intereses económicos y caciquiles, sino legitima una desigualdad de unos pocos ricos ante muchos pobres.

LA RUTA TURÍSTICA DE LO SAGRADO

Uno de los mayores atractivos turísticos de San Juan Chamula consiste en observar algunos de los rituales que se celebran en el interior de la iglesia principal de San Juan Bautista. La oferta turística de lo sagrado se ha organizado como una especie de peregrinaje para el visitante y, antes de entrar al recinto sagrado, los guías llevan a los turistas por los lugares principales, les enseñan el cementerio y sus cruces mayas de diferentes colores según la edad de los difuntos,[13] recorre calles con algunas fachadas de casas adornadas con arcos de flores para exhibir un cargo de mayordomía o se detienen en alguna intersección de calles para enseñar altares adornados con cruces estilo mayense de color verde. También recorren las numerosas tiendas de artesanía de la zona y de otros lugares, mientras los niños y las mujeres con sus trajes tradicionales venden ámbar, collares, bolsos, rebozos y huipiles en

[12] Desde la década de los setenta se producen conflictos político-religiosos en algunos municipios indígenas, principalmente en Chamula, pero también en Chalchiuitán, Chenalhó, Mitontic, Chanal, Pantelhó, Zinacantán, Amatenango del Valle, Oxchuc o Venustiano Carranza. Entre las religiones que profesan se encuentran las iglesias Nacional Presbiteriana, Bautista, Iglesia de Dios, Pentecostés, Iglesia Evangélica, Adventistas del Séptimo Día, Testigos de Jehová, Sabático, Asamblea de Dios y Cristiana, y de reciente aparición la religión musulmana (Cantón Delgado, 1997; Melel Xojobal, 2000; Morquecho, 1992: Robledo Hernández, 1997).

[13] Los colores de las cruces en el cementerio están relacionados con la edad de los fallecidos: blanco para los recién nacidos, azul y verde para los adolescentes y adultos, y negro para los ancianos.

los alrededores de la iglesia. Chamula es el lugar propicio para la recreación del exotismo sagrado que el turista busca. Las agencias promocionan un discurso sobre la autenticidad indígena basada en un pasado maya; la conservación de la lengua autóctona tzotzil, los trajes característicos hechos de lana de borrego, considerado un animal sagrado; la agricultura mesoamericana que combina maíz, frijol y calabaza, la alimentación tradicional, a base de tortillas de maíz hechas a mano y cocinadas a la leña, la antigua construcción de casas de adobe, y las numerosas fiestas y rituales en honor a santos católicos que esconden antiguas creencias mayas sobre seres sobrenaturales. Chamula es además un lugar sagrado que ofrece la posibilidad de visitar un auténtico santuario indígena, caracterizado por su espiritualidad y por los tratamientos terapéuticos y chamánicos que acercan a los visitantes a los orígenes místicos de la humanidad.

Las elites indígenas son las encargadas de promover la cultura indígena, y exhiben de manera particular las prácticas rituales como uno de los aspectos más interesantes de su tradición. La iglesia se halla custodiada por las autoridades municipales, que exigen un pago monetario para entrar al recinto. Consideran el centro ceremonial como el "ombligo del mundo", donde se puede observar una vida ceremonial en estrecho contacto con la madre tierra y el cosmos.[14] No se permite hablar ni utilizar cámaras en su interior ni tampoco molestar a los creyentes que parecen ajenos a la muchedumbre que los visita diariamente. El recinto tiene una forma rectangular que recuerda la nave central de una iglesia, unas cuantas ventanas y está prácticamente iluminada por las velas que los creyentes colocan en mesas ante los santos o sobre el suelo recubierto de juncia, un tipo de hoja de pino que también es utilizado en las iglesias católicas de otros municipios. La juncia tiene un significado sagrado porque se piensa que el creyente no debe tocar directamente el suelo si accede a un recinto para orar y suplicar ante los santos. El recinto no posee altar ni bancos para sentarse; es un espacio prácticamente vacío para que los practicantes puedan hacer sus ofrendas de rodillas o sentados sobre la juncia. A los lados se encuentran, juntas, una tras otra, las vitrinas que albergan a los santos a la derecha y a las vírgenes a la izquierda. La estatua principal de san Juan Bautista, el santo patrón del municipio, ocupa la parte superior de la iglesia que sustituye a la imagen de Jesucristo, quien tiene otras iglesias católicas. Santos y vírgenes son estatuas pequeñas, hechas de pasta o madera, con caras y tez blanca, algunos con barba, que recuerdan a los conquistadores europeos, y visten trajes bordados de colores brillantes e hilos dorados, con túnicas largas con bordados y capas cortas. Llevan además collares, brazaletes y un espejo colgando que simboliza el "ojo sagrado" para darle claridad al mundo y para poder ver a todos sus creyentes.[15]

[14] Guía San Juan Chamula, Chiapas. Historia de un pueblo y sus tradiciones.

[15] *Ibidem.*

A la iglesia de San Juan Bautista acuden todos los creyentes a rezar, hacer sus súplicas y pedir bendiciones a los santos o curar sus males con la ayuda del curandero (*i'lol* o pulsador), quien por medio de rezos y "limpias" cura a los enfermos y recupera su alma perdida.[16] Toma el pulso del enfermo y determina la naturaleza de la enfermedad: el espanto, algún "mal" que le han echado, la pérdida del alma o males por trasgredir normas sociales y morales. Por las curaciones se exigen sumas de dinero según la gravedad de la enfermedad, y se deben comprar toda una serie de productos necesarios para el culto, parte de los cuales se hallan en los establecimientos de comerciantes en estrecha relación con las elites políticas. El curandero utiliza en sus sesiones terapéuticas flores, velas, incienso, gallinas, huevos, bebidas alcohólica, como el ceremonial posh,[17] y variedad de refrescos, desde los hechos de cola y otros de variedad de sabores. Las velas se utilizan de diferentes tamaños y colores, y según la gravedad de la enfermedad se tienen que quemar por completo porque representan, al igual que las flores, el alimento de Dios (o dioses) y de los santos.[18] La gallina o el pollo (o en su caso los huevos) se pasan por el cuerpo del enfermo para hacer las limpias y luego se sacrifican porque han absorbido el mal y ya no son comestibles. Igualmente, el licor de caña de azúcar (posh) y los refrescos se soplan, se beben o se rocían por el cuerpo para quitar enfermedades y fortalecer a la persona. Algunos de estos objetos sagrados, como las velas, las flores o el incienso de los copales, son también utilizados cuando los fieles rezan en la iglesia y colocan estos objetos sagrados durante las súplicas y hacer ofrendas a los santos.

Los guías explican que en el municipio se practica un catolicismo tradi-

[16] La concepción de la persona entre los tzotziles y tzeltales de los Altos se compone de un cuerpo y varias almas, entre las que se encuentran el *Ch'ulel* y animales compañeros, denominados *chanuletik* o *wayjel*. El Ch'ulel es el alma que cada persona posee en su interior y puede desprenderse del cuerpo debido a una caída, susto o durante el sueño, y debe ser llamado por el *i'lol* para que la persona recupere su salud. Los niños son los más propensos a padecer el desprendimiento porque todavía tiene un alma débil. Por su parte, el *wayjel* viaja durante el sueño y puede extraviarse o no encontrar el camino de regreso, por lo que requiere también la ayuda del *i'lol* para volver a encontrar el cuerpo que habita (Guiteras, 1965; Pitarch, 1996).

[17] Licor de caña de azúcar. Antiguamente tenía una utilidad básicamente ritual en fiestas y en curaciones, pero en la actualidad se vende en comercios en la ciudad. Los mayores productores de esta bebida alcohólica se encuentran en el municipio de Chamula, quienes a su vez venden el producto en los parajes del municipio y al resto de comunidades de la región de los Altos.

[18] Por ejemplo, para la enfermedad del Mucta Chulelal (enfermedad del alma grande) es necesario comprar: una vela blanca (para Dios que está en el cielo), dos velas de oro (para envidia y mal echado), dos velas amarillas (para envidia y mal echado), y dos velas rojas (para envidia y el mal que le han echado). Para curar y prevenir enfermedades: 13 velas chicas de color blanco, 13 velas chicas de color oro, 13 velas chicas de color amarillo y 13 velas chicas de color rojo; para curar el espanto, dos velas chicas de color blanco y una vela chica de color oro. La presencia de velas negras ante el enfermo o sus familiares implica que se trata de una enfermedad incurable y cercana a la muerte (información obtenida en el Museo de Medicina Maya de San Cristóbal).

cional, mezcla de un culto católico en honor a los santos con otras creencias mayas, entre las que se encuentran las ceremonias en cerros, cuevas y manantiales, el reconocimiento de varias almas, junto a la práctica de curanderos y rezadores de los cerros.[19] La iglesia es el entorno propicio para crear la escenificación del tiempo eterno, con el paso al mundo indígena como ese "otro" que práctica rituales antiguos y conserva una cultura ancestral más sabia y natural que la del mundo actual urbano. Las explicaciones hablan de rituales mayas ante santos católicos, en un recinto que actúa como si fuera un gran hospital, donde se sanan los males del alma, más que del cuerpo, mediante "una tradición milenaria en estrecho contacto con la naturaleza". Para ello se requiere la intervención de expertos en la materia y el consumo de una gran variedad de objetos sagrados. Se habla de un sincretismo religioso por la combinación de prácticas y creencias mayas y católicas; se cree en santos protectores pero a la vez en almas que abandonan cuerpos, que enferman y requieren la atención de curanderos. Se utilizan objetos sagrados como velas o incienso y ofrendas para los santos, así como refrescos por sus propiedades gaseosas que supuestamente limpian el cuerpo, al igual que las gallinas y sus huevos. Los santos, por su parte, tienen trajes y cara de europeos, pero se les colocan adornos indígenas, se les bordan flores y se les cuelgan espejos como "ojos justicieros".

A los turistas se les permite la entrada al recinto siempre que no molesten a los creyentes. De hecho, nadie mira a los visitantes, como si los locales hubieran pactado una indiferencia ante su presencia, de vez en cuando entran algunos mayordomos, hay cantos y oraciones, curaciones con gallinas y refrescos, y creyentes que rezan y piden plegarias. Al mismo tiempo, otros curanderos ofrecen sus servicios a los visitantes que lo deseen y cobran por sus servicios, por tomar el pulso y realizar limpias del cuerpo; soplando bebidas y rezando varias oraciones. En estas curaciones escenificadas no se utilizan ni velas ni animales, y se realizan en una esquina de la iglesia, una tras otra según la demanda de los turistas. Además, ante la salida de la iglesia y ante la imposibilidad de tomar fotografías en casi todo el municipio, se ofrecen pequeñas guías turísticas redactadas por los propios mandatarios que explican la historia local de sus tradiciones milenarias. También se venden postales económicas, incluidas las imágenes en el interior de la iglesia, que permiten al turista llevarse algún recuerdo visual de la zona.

Los turistas se nutren de los estereotipos sobre lo que representa el indígena tradicional, y requieren de un escenario adecuado para autentificar sus imaginarios y su propia experiencia turística. Los locales ofertan un espectáculo con una ruta de escenarios sagrados y rituales en el que caben múltiples actividades: curaciones, ple-

[19] Datos obtenidos en el trabajo de campo durante los viajes turísticos que se realizan diariamente en la cabecera de San Juan Chamula.

garias y ceremonias, y para éstos, se utilizan una serie de objetos, como animales, velas, incienso y refrescos que los convierten en materia perfecta para la explotación turística. El entorno y la práctica ritual es percibida por el turista como un escenario auténtico y como símbolo de una espiritualidad indígena que se inscribe en tradiciones milenarias. Además, el encuentro con el auténtico indígena no requiere de grandes conocimientos sobre el lugar ni tampoco implica contactos profundos y duraderos con los autóctonos. Al contrario, las visitas se efectúan durante una mañana y en pocas horas, se permite a los turistas pasear por las calles principales y por un recinto sagrado, que es como un teatro viviente en el que los visitantes se sitúan en el palco y los actores representan el papel acordado. El turista se convierte en un observador pasivo y, en cierta forma, en un intruso que no desea intervenir ni alterar la autenticidad de lo que está viendo, porque se ha construido una frontera simbólica inquebrantable entre el "nosotros occidentales" consumistas de la cultura y "ellos indígenas" situados en una dimensión sagrada.

Para cumplir con las expectativas de los visitantes, los locales han tenido que eliminar partes del proceso que no son tan vistosas y ocultar, tras un escenario trasero, las diferencias sociales que emanan del control político y religioso del municipio. De esta forma, durante las visitas turísticas, algunas puertas y ventanas de las casas privadas permanecen cerradas para no observar su interior de escasos recursos, o al contrario, para ocultar algunas máquinas eléctricas, como aparatos de música o televisores, en tanto implican una incorporación al moderno mundo tecnológico capitalista. A las mujeres que venden o pasean por las calles sólo se les permite vestir con el traje característico chamula, con algunas variaciones en colores y bordados, pero siempre bajo la atenta mirada de las autoridades tradicionales. Por su parte, el mercado de artesanías colocado estratégicamente en las calles que rodean la iglesia, contrasta abiertamente con el mercado central de frutas, verduras y otros enseres (ropa occidental, películas, música y aparatos eléctricos, entre otros). Si en el primero eres bien recibido para consumir objetos de artesanía que se venden como locales y provienen de sitios lejanos, en el segundo te conviertes en un transgresor de un espacio privado de uso únicamente local, que no ha sido todavía escenificado para el consumo externo. En Chamula, el mercado turístico exige la puesta en escena de lo más vistoso y posible de ser mercantilizado, al mismo tiempo que requiere el ocultamiento de los procesos inevitables de transformación, desigualdad o incorporación al mundo global en el que ya vivimos todos.

Pero en Chamula no está en juego únicamente el mercado de lo sagrado y la exaltación turística de una forma de vida espiritual, sino la propia representación de la sociedad chamula que reivindica tradiciones indígenas como auténticas y en consonancia con un pasado glorioso. Los rituales que se exhiben ante los turistas no son esce-

nificaciones, copias o simulacros representados para observadores externos, sino expresiones simbólicas de un mundo legítimo indígena que, a pesar de ser presentado como culturalmente inmutable, se halla incrustado en el presente contemporáneo y posee múltiples transformaciones asociadas al turismo. La continua llegada de visitantes, la indiferencia de los locales cuando asisten a los rituales, los curanderos que ofrecen su servicio a los turistas, el pago de entrada o el comercio de postales, guías y *souvenirs* en las calles alrededor de la iglesia principal son una buena muestra de ello y de cómo el turismo se ha convertido en una actividad cotidiana para sus habitantes; pero a la vez los rituales sirven para exhibir una identidad local y diferenciada ante los turistas, y al mismo tiempo proporcionan el escenario adecuado para leerse a sí mismos, exhibir y comulgar con la adscripción comunitaria (Boissevain, 2005). El escenario ritual sirve para ilustrar la posición social que tiene cada uno y a la que se accede cumpliendo los requisitos necesarios de ascenso con complejas mayordomías y donaciones económicas cada vez más elevadas ante la disputa por conseguir mayores recursos. Es, además, el lugar donde se ponen en práctica todos las normas y obligaciones sociales, donde en algunos casos la salud y la enfermedad se relacionan con el buen o mal comportamiento de una persona hacia sus vecinos, donde entran disputas y diferencias que en muchos casos nada tiene que ver con el universo sagrado, o donde los santos protegen o castigan según la conducta social del creyente (Guiteras, 1965; Pitchard, 1996). Se trata de una escenificación local que se representa a sí misma, que a la vez que expresa solidaridad, legitima continuamente el orden detectado por los representantes del orden político y religioso que obligan a seguir las tradiciones comunales (Douglas, 1973).

El proceso de comercialización de su cultura ha implicado la revaloración de lo propio y de tradiciones a las que se les confieren nuevos valores jerárquicos y exclusivos, potenciados y resguardados por la élite privilegiada (Cohen, 1988). Es cierto que el turismo también ha contribuido a generar nuevos recursos entre hombres y mujeres que consiguen hacer negocios asociados, como es el caso de algunos comerciantes que han obtenido puestos de venta de artesanías, o algunas mujeres indígenas que se dedican a la producción y venta de textiles u otras artesanías consideradas tradicionales con gran auge en el mercado local y regional. También hay vendedores ambulantes que les venden a los pasajeros de los autobuses de turistas, mujeres y niños que venden ámbar, collares y pulseras, rebozos y bufandas, o postales y guías, mientras otros niños piden dinero o quieren convertirse en guías que explican los misterios del interior de la iglesia. De alguna u otra forma, el turismo se vive diariamente en la cabecera y se ha incorporado a la economía informal de muchos de sus habitantes, quienes deben ocultar su real situación de pobreza y necesidad de vender su estilo de vida ante los turistas. Sin embargo, el problema real

es que se exhibe y se proyecta una identidad de muchos para el beneficio de unos pocos. El control de la escenificación y de la autorrepresentación no se hallan en manos de los pobres ni tampoco la ideología que lo sustenta, sino de los que toman decisiones y se benefician de negocios ahora asociados a un turismo que busca en ese "otro" el reducto de un paraíso perdido y añorado por el mundo occidental.

REFLEXIONES FINALES

Cada día el turismo mercantiliza un espacio de teatralización y exhibición de culturas que se construyen para una audiencia externa y recuperan o reinventan toda una serie de escenarios estereotipados. Como sostiene Santana (2003b), el turismo alienta la creación de muchas simulaciones y pareciera que es precisamente esta simulación lo que tiene más éxito en nuestros días, aunque el escenario debe ser presentado como auténtico y lo suficientemente atractivo para que la demanda no decaiga. Esto implica utilizar una serie de signos y discursos identificables como objeto turístico y que sean reconocidos por los imaginarios que circulan a nivel global. En el caso de San Juan Chamula la oferta turística no escenifica la vida cotidiana y habitual, sino la extraordinaria y sagrada como algo exótico y atrayente. El "otro indígena" se caracteriza por su espiritualidad, por el contacto con la madre tierra y el cosmos, por sus espacios sagrados, por las fiestas y ceremonias en honor a los santos, por las cruces que decoran sus calles y por rituales de rezo y curación que incorporan creencias en almas perdidas y enfermas. La vida cotidiana sería ese espacio trasero, como diría MacCannell (2003), que es necesario ocultar para escenificar otra realidad al no cumplir con los requisitos turísticos. De hecho, como señala Boissevain (2005), mantener al turista en las zonas frontales puede ser una estrategia para evitar la invasión turística de la vida cotidiana, y alejarlo de esos espacios traseros donde, precisamente, los locales se desenvuelven en una realidad incrustada en los procesos desiguales del mercado global. Al fin y al cabo el turista es un viajero transitorio y anónimo, que acude por pocas horas y se queda con la visión momentánea que le muestran los locales, la que han heredado de imaginarios y la que los guías turísticos terminan por fijar en sus memorias.

Además, el turista cultural adopta un actitud como de veneración y mitificación de los monumentos y personas que observa como si fuera un peregrino de la modernidad (Lagunas, 2006), y a pesar de querer traspasar de la región frontal a la trasera para encontrar la autenticidad y vivir "la vida local tal como se vive", se queda con lo presentado, escenificado y relatado como auténtico. Algunos autores han señalado que el viaje turístico tiene un interés más individual que de transformación social y se convierte en una práctica ritual moderna, para algunos considerada como peregrina (MacCannell, 2003), para otros como un acto sagrado y un rito de paso para llegar a una trasformación personal en el re-

torno (Graburn, 1989). Así, en el caso de Chamula, los turistas aparecen ajenos e indiferentes a la realidad que están viendo y la "vida local" se adorna con tópicos exóticos ocultando la pobreza y marginación de sus habitantes: el alimento básico y escaso se convierte en particular, la vestimenta de manta en exótica, las artesanías en *souvenirs*, las casas de adobe sin infraestructura interna en tradicionales, las fiestas en expresiones comunales de equilibrio interno y los rituales de curación en expresión de una medicina alternativa más eficaz que los tratamientos utilizados por la medicina moderna.

En Chamula ocurre una combinación de exhibición y presentación identitaria en estos espacios frontales. Las personas que viven diariamente del turismo como guías, comerciantes o vendedores ambulantes, entre otros, sobreviven y viven cotidianamente en estos espacios frontales con la venta y exhibición de su cultura e identidad. Pero no se trata tan sólo de recalcar que muchas personas escenifican y a la vez viven en estos espacios frontales, sino de indagar si han podido pasar de ser únicamente objeto de consumo, de escenificación. Esto último implica transformar ese espacio frontal en un ámbito estratégico para la presentación externa, implica también tener legitimación y poder de decisión para permitir o prohibir la entrada de visitantes externos y distinguir los elementos más emblemáticos para su presentación.

Como hemos visto, este proceso de agencia está inmerso en relaciones de poder con personas que tienen una posición más privilegiada que otras y ocupan un lugar destacado en la industria del turismo con amplios beneficios simbólicos y económicos. Por eso la oferta turística de San Juan Chamula no puede ser pensada únicamente como un producto mercantilizado, sin tener en cuenta el papel que ocupan las elites como parte de su legitimación política. Son los que han seleccionado una ruta de lo sagrado como una estrategia considerada adecuada para su presentación social y los que han convertido la iglesia, como otros espacios frontales, en el lugar idóneo para exhibir y negociar su identidad, tanto hacia fuera como hacia dentro. Se presentan en un espacio de "otredad" donde es permitido mostrar la diferencia, aunque para ello han tenido que adaptarse, o más bien, apropiarse de un esencialismo estratégico (Spivak, 1988), del discurso institucional y de mercadotecnia turística que representan al indígena casi mítico, que conjuga pasado prehispánico, espiritualidad y conocimientos ancestrales. Pero en estos espacios donde la "otredad" es permitida, los indígenas se reapropian de este discurso esencialista para posicionarse y utilizan una construcción imaginada de su pasado para interpretarse en su presente. Son, en el fondo, espacios híbridos construidos por el mercado y el consumo de mercancías y bienes simbólicos, donde existen todo tipo de imaginarios e imágenes globales. Pero también son espacios políticos, con una fuerte carga simbólica para los locales, que les permite a algunos manifestar poderes y posiciones, controlar recursos y mani-

pular el artefacto de representación adornado como bienes culturales. Son, en definitiva, espacios donde se dan procesos de producción, circulación y consumo de una mercancía revestida como tradición que utiliza y consolida a una élite local para defender su posición y privilegios sociales.

BIBLIOGRAFÍA

Boissevain, Jeremy (2005), "Rituales ocultos. Protegiendo la cultura de la mirada turística", *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, vol. 3, núm. 2, junio, pp. 217-228.

Cantón Delgado, Manuela (1997), "Las expulsiones indígenas en Los Altos de Chiapas: algo más que un problema de cambio religioso", *Mesoamérica,* vol. 18*,* núm. 33, junio, pp. 147-169.

Cohen, Eric (1988), "Authenticity and commoditization in tourism", *Annals of Tourism Research*, vol. 15, núm. 3, pp. 371-386.

Comité Estatal de Información Estadística y Geográfica de Chiapas (ceieg), en línea [www.ceieg.chiapas.gob.mx], consultada en agosto de 2014.

Consejo Nacional de Población (2010), *Índice de marginación por entidad federativa y municipio 2010,* en línea [http://www.conapo.gob.mx], consulta en agosto de 2014.

Douglas, Mary (1973), *Pureza y peligro. Un análisis de los conceptos de contaminación y tabú*, Madrid, Siglo XXI.

Gosner, Kevin (1984), "Las élites indígenas en Los Altos de Chiapas, (1524-1714)", *Historia Mexicana*, vol. 33, núm. 4, abril-junio, pp. 405-423.

Graburn, Nelson (1989), "Turismo: el viaje sagrado", en V. S. Smith (comp.), *Anfitriones e invitados. Antropología del turismo*, Madrid, Endymion, pp, 45-68.

Greenwood, Davydd J. (1989), "La cultura al peso: perspectiva antropológica del turismo en tanto proceso de mercantilización cultural", en V. S. Smith (comp.), *Anfitriones e invitados. Antropología del turismo*, Madrid, Endymion, pp. 257-279.

Guiteras, Calixta (1965), *Los peligros del alma. Visión del mundo de un tzotzil*, México, fce.

Instituto Nacional de Geografía y Estadística (2000), *XII Censo General de Población y Vivienda*.

_____ (2010), Censo de Población y Vivienda, en línea [http://www.inegi.org.mx/], última consulta agosto 2014.

Lagunas, David (2006), "El espacio del turismo", *Alteridades*, vol. 16, núm. 3, enero-junio, pp. 119-129.

MacCannell, Dean *(2003), El turista, una nueva teoría de la clase ociosa*, Barcelona, Melusina.

Melel Xojobal (2000), *Rumbo a la calle… el trabajo infantil una estrategia de sobrevivencia*, San Cristóbal de las Casas, Fray Bartolomé de Las Casas.

Morquecho, Gaspar (1992), Los indios en proceso de organización. La organización indígena de Los Altos de Chiapas, tesis de licenciatura, Tuxtla Gutiérrez, Universidad Autónoma de Chiapas.

Paniagua Mijangos, José Gustavo (2008), "De los pueblos indios a la ficción antropológica: los sistemas de cargos en la etnografía de los Altos de Chiapas. Antecedentes, balance y perspectivas", *Revista Pueblos y Fronteras* (digital), núm. 5, junio-noviembre, pp. 1-37.

_____ (2010), *Territorio, resignificación y*

disputa de espacios públicos en ciudades coloniales. El caso del centro histórico y sus barrios en San Cristóbal de las Casas, Chiapas, XXXIII Encuentro de la Red Nacional de Investigación Urbana, Barranquilla, Colombia, 25-27 de octubre.

Pineda, Olivia (1995), "Maestros bilingües, burocracia y poder político en los Altos de Chiapas", en J. P. Viqueira y M. H. Ruz (eds.), *Chiapas. Los rumbos de otra historia*, México, unam/ciesas/cemca/Universidad de Guadalajara, pp. 279-300.

Pitarch, Pedro (1996), *Ch'ulel: una etnografía de las almas tzeltales*, México, fce.

Robledo Hernández, Gabriela Patricia (1997), *Disidencia y religión. Los expulsados de San Juan Chamula,* Tuxtla Gutiérrez, Universidad Autónoma de Chiapas.

Rus, Jan (1995a), "¿Guerra de castas según quién?", en J. P. Viqueira y M. H. Ruz (eds.), *Chiapas. Los rumbos de otra historia*, México, unam/ciesas/cemca/Universidad de Guadalajara, pp. 145-174.

_____ (1995b), "La comunidad revolucionaria institucional: la subversión del gobierno indígena en los Altos de Chiapas 1936-1968", en J. P. Viqueira y M. H. Ruz (eds.), *Chiapas. Los rumbos de otra historia*, México, unam/ciesas/cemca/Universidad de Guadalajara, pp. 251-277.

_____ (2011), *El ocaso de las fincas y la transformación de la sociedad indígena de los Altos de Chiapas, 1974-2009*, México, unicach/cesmeca.

Salazar, Noel B. (2006), "Antropología del turismo en países en desarrollo: análisis crítico de las culturas, poderes e identidades generadas por el turismo", *Tabula rasa*, núm. 5, julio-diciembre, pp. 88-128.

Santana, Agustín (2003a), "Turismo cultural, culturas turísticas", *Horizontes Antropológicos*, año 9, núm. 20, octubre, pp. 31-57.

_____ (2003b), "Patrimonios culturales y turistas: Unos leen lo que otros miran", *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 1, núm. 1, enero, pp. 1-12.

Secretaría de Turismo, en línea: www.inah.gob.mx; www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Pueblos_Magicos, consultada en noviembre de 2013.

_____ http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Programa_Mundo_Maya, consultada en noviembre 2013.

Smith, Valene S. (1989), "Introducción", en V. S. Smith (comp.), *Anfitriones e invitados. Antropología del turismo*, Madrid, Endymion, pp.15-41.

Spivak, Gayatri Chakravorty (1988), "Subaltern Studies. Deconstructing Historiography", en R. Gha y G. Spivak (eds.), *Selected Subaltern Studies*, Nueva York, Oxford University Press, pp. 3-34.

Urry, John (2002), *The Tourist Gaze*, Londres, Sage.

Van Den Berghe, Pierre L. (1994), *The Quest of the Other. Ethnic Tourism in San Cristobal de las Casas,* Seattle/Londres, University of Washington Press.

Viqueira, Juan Pedro (1995), "Los Altos de Chiapas: una introducción general", en J. P. Viqueira y M. H. Ruz (eds.), *Chiapas. Los rumbos de otra historia*, México, unam/ciesas/cemca/Universidad de Guadalajara, pp. 219-236.

_____ (2002), *Encrucijadas chiapanecas. Economía, religión e identidades*, México, Tusquets.