



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MEXICO**  
POSGRADO EN ANTROPOLOGÍA  
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS/  
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ANTROPOLÓGICAS /  
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES SOCIALES

**TURISMO ÉTNICO EN EL REINO TZ'UTUJIL. PROCESO DE  
TURISTIFICACIÓN EN SANTIAGO ATITLÁN, GUATEMALA**

**T E S I S**  
QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE:  
MAESTRÍA EN ANTROPOLOGIA

PRESENTA:  
GUSTAVO SÁNCHEZ ESPINOSA

TUTORA PRINCIPAL  
DRA. MARÍA CRISTINA OEHMICHEN BAZÁN  
(IIA-UNAM)

ASESORES  
DRA. ANA MARÍA SALAZAR PERALTA (IIA-UNAM)  
DRA. CITLALI QUECHA REYNA (IIA-UNAM)  
DRA. SANDRA CAÑAS CUEVAS (CIMSUR-UNAM)  
DR. FEDERICO GERARDO ZUÑIGA BRAVO (DEAS-INAH)

CIUDAD DE MÉXICO, JUNIO DE 2018



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## *Agradecimientos*

Esta tesis es uno de los resultados del proyecto de investigación “Patrimonio cultural, procesos de turistificación y pueblos indígenas: un estudio de etnografía comparada”, (clave IN301117), a cargo de la Dra. María Cristina Oehmichen Bazán, que se realizó con financiamiento de la Dirección General de Asuntos del Personal Académico (DGAPA) a través del Programa de Apoyo a Proyectos de Investigación e Innovación Tecnológica (PAPIIT), llevado a cabo en el Instituto de Investigaciones Antropológicas de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), a quien se agradece las facilidades otorgadas para llevar a cabo la investigación.

Se agradece al pueblo de México y en especial a la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), todo el apoyo que brindó; al Posgrado en Antropología por aceptarme y apoyarme mediante el otorgamiento de la beca y al cuerpo de académicos del CIMSUR-UNAM por la formación profesional proporcionada.

Se hace extensivo este agradecimiento a quienes discutieron académicamente el trabajo desde sus inicios: a la Dra. María Cristina Oehmichen Bazán por invitarme a participar en el proyecto de “Patrimonio cultural, procesos de turistificación y pueblos indígenas: un estudio de etnografía comparada”; a mis sinodales: Dr. Federico Zúñiga Bravo quien realizó precisas correcciones y sugerencias; a la Dra. Citlali Quecha Reyna por sus valiosas observaciones y asesoría; a la Dra. Sandra Cañas Cuevas, quien me apoyó académicamente en CIMSUR para continuar con la investigación y a la Dra. Ana María Salazar Peralta también por su apoyo académico y asesoría.

En San Cristóbal de las Casas se agradece el apoyo del personal de la biblioteca del CIESAS Sureste, a Rey Alba Mendoza y Oscar Román López Roblero, gracias por sus atenciones brindadas.

En Guatemala, principalmente en Santiago Atitlán, mis agradecimientos infinitos a Gaspar Mendoza Sosof, alias “el Amosh”, quien sin su colaboración y mirada crítica de su cultura esta tesis no hubiera sido posible. A María José Pérez Sian y Marc Drouin, por su amistad y su incondicional apoyo. A la Lic. Elena Chiquival Quiejú, representante legal del Consorcio de asociaciones de Santiago Atitlán, quien me mostró la dura vida de las mujeres tz’utujiles en su inserción al turismo. A Salvador Ixbalam, escribano del gobierno tradicional, “El Cabecera”, por su tiempo y paciencia en mostrarme su cultura; a las integrantes de Mayan

Life Travel, con quienes conviví experiencias del turismo comunitario en su municipio, a la Cofradía de la Santa Cruz; a los guías de turistas locales, que a diario laboran en el muelle de Santiago Atitlán; a Doña Concepción, alias Doña Chonita, por su incondicional apoyo y a todas las personas de los municipios de la Cuenca del Lago de Atitlán con quienes tuve contacto y me brindaron un poco de su tiempo para conversar conmigo.

A mi familia, a mis Padres, Sergio y María Teresa, a mis hermanos, y principalmente a la familia Lerma Rodríguez, por aceptar ser parte de ellos.

A mi hijo Manu y a Enriqueta mi compañera, con todo mi respeto y amor, por ser una persona inteligente y bondadosa que me ha acompañado en todo, en mi vida personal, como en mi desarrollo profesional.

Y finalmente a mis amigos de hace muchos años, que siempre han estado en las buenas y en las malas: Wenceslao Cervantes y Rodrigo Armada, compañeros de viaje, con quienes he soñado, imaginado y realizado cosas bonitas en la vida.

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
Problema de investigación.....	6
Objetivos de investigación.....	8
Hipótesis.....	10
Metodología y técnicas de investigación.....	11
Capítulo.....	19

### Capítulo I.

#### MARCO TEÓRICO Y EXPOSICIÓN DE CONCEPTOS

1.1.El turismo étnico o de base local.....	23
1.2.Estado del Arte.....	28
1.3.Discusión de conceptos teóricos para este trabajo.....	33
a) Identidad étnica.....	33
b) El honor étnico.....	36
c) La identidad múltiple.....	39
d) La vida cotidiana.....	40
e) La economía de la identidad.....	42

### Capítulo II.

#### EL TURISMO CONTEMPORÁNEO EN EL LAGO DE ATITLÁN

Introducción.....	46
2.1. El contexto político actual en el cual se inscribe el turismo étnico en Guatemala .....	47
2.2. Acercamiento a Panajachel.....	53
2.3. El museo lacustre de Panajachel.....	64
2.4. Tres municipios turísticos.....	67
a) San Pedro La Laguna “el de abajo”, turismo posthippie.....	68
b) San Juan La Laguna, turismo comunitario.....	72

c) San Marcos La Laguna, turismo espiritual.....	80
2.5. Consolidación de la industria turística: el INGUAT y la “nación-marca”.....	86
2.6. La marca turística: “Guatemala. Corazón del Mundo Maya”.....	91
2.7. Los Comités de Autogestión turística (CAT).....	95

### Capítulo III

#### ECONOMÍA DE LA IDENTIDAD EN SANTIAGO ATITLÁN. ESCENARIOS TURÍSTICOS

Introducción.....	97
3.1. Etnografía de Santiago Atitlán.....	99
3.2. El Barrio de gringos.....	115
3.3. Primer escenario: Los guías de turistas locales y el muelle.....	118
a) La alcaldía.....	119
b) La Oficina de Turismo de Santiago Atitlán.....	119
3.4. Los guías de turistas autorizados por el INGUAT y los comisionistas.....	123
3.5. Segundo escenario: La turistificación del culto al <i>Rilaj Mam</i> .....	130
3.6. Los cofrades gringos.....	142
3.7. Tercer escenario: La <i>etnoempresa</i> turística <i>Mayan Life Travel</i> .....	147
3.8. Cuarto escenario: Doña Chonita. Caso típico de la economía de la identidad.....	157

### Capítulo IV

#### EL FESTIVAL COSMIC CONVERGECE Y LA MERCANTILIZACIÓN DE LA ESPIRITUALIDAD MAYA TZ’UTIJIL

Introducción.....	161
4.1. La difusión del festival.....	168
4.2. Bienvenido a Santiago Atitlán. Súbale, tuc-tuc al Cosmic!.....	170
4.3. El festival. Preparativos y descripción de los escenarios.....	173
4.4. El trabajo voluntario.....	182

4.5. Ceremonia de apertura.....	184
4.6. La dinámica del Festival.....	196
4.7. El Consorcio. Perspectiva de su representante legal.....	202
4.8. Impact Day.....	205
4.9. Consideraciones finales.....	206
CONCLUSIONES.....	208
BIBLIOGRAFÍA.....	219
CIBERGRAFIA.....	224
TESIS.....	225
DOCUMENTOS AUXILIARES.....	226

## ***Introducción***

La investigación que se presenta tiene por título: *Turismo étnico en el Reino Tz'utujil. Proceso de turistificación en Santiago Atitlán, Guatemala*, un estudio de caso que se presenta para el análisis del uso de la etnicidad en la actividad turística, con la intención de señalar las condiciones actuales en que ésta se encuentra y los procesos que se desarrollan en su instrumentación, a nivel de la vida cotidiana.

La primera vez que visité el municipio de Santiago Atitlán fue en 2001. El ambiente político que se vivía en Guatemala y por ende, en el municipio era de cierto optimismo.

La gente regresaba a trabajar sus milpas y cafetales después de haber pasado un periodo de fuerte represión y desaparición forzada de personas a manos del ejército guatemalteco. Cuatro años atrás se habían firmado los Acuerdos de Paz entre la guerrilla y el estado guatemalteco (1996); dos años antes el Tratado de Libre Comercio entre México, Canadá y Estados Unidos (1994) mismo que provocó gran impacto en Guatemala. La nación estrenaba su supuesta entrada a la “democracia” y al mercado neoliberal.

Durante esa breve estancia me acerqué a conocer el sistema cívico-religioso tz'utujil, que se manifiesta en la organización ritual de las cofradías del pueblo. Visité un espacio en particular donde hombres y mujeres, al interior del patio de una casa, bailaban alegres al ritmo de la marimba, ofrecían velas, licor, cigarros y dinero, a la imagen de un santo vestido con algunas prendas tradicionales y occidentales; este portaba sombrero ranchero al estilo de un cacique de hacienda, mutilado de los pies y manos. La imagen labrada en madera recibía constantes visitas de locales y extranjeros. A esa imagen le llamaban el *Rilaj Mam* (El Gran Abuelo), venerado no sólo en el municipio, su fervor se había extendido y mezclado con otras



prácticas católicas populares a lo largo de Guatemala y de otros países de Centroamérica; especialmente en Chiapas, en el sureste de México. Además, el culto había sido llevado por migrantes guatemaltecos a Estados Unidos. Era fácil percatarse que la fama del culto, con mezcla de expresiones indígenas y ladinas, había traspasado las fronteras de la fe y que, para sobrevivir, tendría que insertarse como atractivo étnico del turismo internacional.

En aquel 2001 la administración y reproducción de la “costumbre” le correspondía, obedeciendo a la tradicional rotación del sistema de cargos, a la Cofradía de la Santa Cruz. Previo a la Semana Santa, la organización de la hermandad se percibía gozosa y con muchas tareas: la radio local, *La Voz de Atitlán*, transmitía en vivo el evento religioso desde la casa donde le rendían culto a la imagen. Mientras, los organizadores y devotos bailaban y tomaban aguardiente al ritmo de la marimba. Muchos visitantes locales y regionales llegaban a dejar su ofrenda y a convivir con sus paisanos católicos. Llamó mi atención las constantes visitas de turistas nacionales e internacionales y las interacciones que se construían entre estos dos grupos sociales completamente diferenciados. Los turistas observaban asombrados y sin entender casi nada de los rituales y escenas “exóticas” que presenciaban, se dedicaban a tomar coloridas fotografías de los fieles devotos y del *Rilaj Mam*; permanecían algunos minutos observando las escenas folclóricas y después se retiraban del lugar para proseguir con el tour exprés. Algunos turistas llegaban caminando solos, otros contrataban en el muelle servicio de guías locales, quienes les explicaban que la imagen era considerada su principal ancestro. Los turistas, al llegar a la cofradía, tenían que pagar la entrada, que se depositaba en una canasta colocada a los pies del *Rilaj Mam*; así como una cuota mayor en caso de tomar fotografías, video, encenderle un cigarrillo o solicitar los servicios de un especialista ritual para la realización de una ceremonia maya; tras permanecer un breve tiempo, se

retiraban. Otros llegaban y volvían a repetir la escena. Después de dos o tres horas de pasear por el pueblo los turistas regresaban al muelle para abordar la lancha turística que los conduciría a conocer otra singular población, y al caer la tarde regresar a sus hoteles en Panajachel.

Comenzó a interesarme la importancia económica que adquirió la llegada de turistas nacionales e internacionales para la reproducción de aquella singular ritualidad y la incorporación de otras actividades cotidianas en el municipio para su contemplación turística.

La promoción del turismo étnico en el lago de Atitlán no es nueva. Recordemos que para la década de 1970 ya se había consolidado. Prueba de ello es el reconocimiento y promoción nacional e internacional que se le otorgó al movimiento artístico de “pintores primitivistas”, surgido alrededor del Lago de Atitlán desde la década de 1950 (García, 1999); reconocimiento que le fue otorgado con la plena intención de atraer a más turistas extranjeros, interesados en conocer las localidades de los pintores y adquirir el sencillo y colorido arte pictórico donde se muestran imágenes de las actividades cotidianas de la población local y de los paisajes alrededor del lago.

Posteriormente, en la década de 1980, Santiago Atitlán se convirtió en el principal escenario de guerra entre la Organización Revolucionaria del Pueblo en Armas (ORPA) y el Ejército guatemalteco. Pese al conflicto armado y a la añeja disputa entre católicos y protestantes, iniciada en 1950 (Mendelson, 1965) y latente hasta la actualidad que ha conformado grupos de poder bien delimitados en la esfera religiosa, política y económica; sin embargo, la celebración del culto al *Rilaj Mam* continua y el arribo de turistas incrementándose.

Durante esa década el turismo étnico declinó considerablemente en todos los municipios de alrededor del Lago de Atitlán, siendo Panajachel de los más afectados (Hinshaw, 1988); mientras, en Santiago Atitlán comenzó a desarrollarse un singular modelo de turismo, de tipo solidario, promovido por redes de organizaciones civiles internacionales que apoyaban la lucha del pueblo tz'utujil. Es decir, la curiosidad por saber de primera mano los motivos del levantamiento indígena armado atrajo la mirada de personas solidarias y, por supuesto, a cierto tipo de turistas, muchos viajeros en búsqueda de exotismo.

Fue hasta la segunda mitad de la década de 1990 cuando el culto al *Rilaj Mam*, así como otras actividades cotidianas, se insertaron al circuito turístico étnico. Comenzó una nueva etapa de turistificación: el singular culto al *Rilaj Mam* volteó su mirada al turismo como una estrategia para obtener fondos económicos que permitieran seguir reproduciendo “el costumbre”, que ha sido mermado por la proliferación de iglesias evangélicas, y sufragar los gastos rituales requeridos.

Hoy en día, la exhibición al turismo de su principal “ancestro” acabó convirtiéndose en lo que es ahora, según los comentarios vertidos por algunos guías de turistas locales: *en un atractivo turístico del que todos obtienen considerables sumas de dinero* (Guillermo, 45 años).

Del mismo modo, otros aspectos de la vida cotidiana de la comunidad tz'utujil comenzaron a turistificarse. Poco a poco algunas actividades de la vida diaria se sumaron al atractivo turístico, que consistía en mostrar la confección de textiles, elaboración de pinturas, exhibición de esculturas en madera en galerías, y elaboración de artesanías (collares, aretes y brazaletes de *mostacilla*), se sumaron al atractivo otras actividades cotidianas, que anteriormente escapaban de la curiosidad del turista y de la mercantilización de las

operadoras de *tours*. Actividades de subsistencia, como la pesca, el corte de café, la agricultura a orillas del lago, elaboración de petates de tul (que crece a orillas del lago) y celebraciones de ceremonias mayas, comenzaron a ofrecerse en forma de paquete turístico.

La siguiente visita la realicé en 2013, cuando fui a observar los preparativos y festejos de la Semana Santa, fecha importante en el calendario agrícola-ritual de la sociedad católica tradicionalista tz'utujil. Asistí a la “traída de la fruta” a Chicacao, organizada anualmente por la cofradía en turno. Los frutos que donan los finqueros asentados en la costa, son usados para adornar el techo de la habitación del *Rilaj Mam*. Nuevamente la encargada de reproducir “el costumbre” era la Cofradía de la Santa Cruz. El *teleneel*<sup>1</sup> de la cofradía me comentó que posiblemente la “traída de la fruta” no se realizaría a pie, como lo marca la tradición, ya que no habían logrado convocar al grupo de jóvenes cargadores que se requería (en total 45). Asimismo, explicó que en esos días llegaría una productora de televisión guatemalteca para filmar un documental de recetas de cocina vernácula (El sabor de mi Tierra) y existía la posibilidad de solicitarles a los realizadores que pagaran el alquiler de un camión de carga para ir por la fruta a Chicacao. En los siguientes días fui testigo de la recreación y escenificación del costumbre y espiritualidad tz'utujil solicitada por la productora. Esta vez la organización tradicional para la “traída de fruta” se vio modificada a petición de los videoastas: los tz'utujiles se presentaban ante las cámaras para la recreación de su costumbre.

En esa temporada percibí un profundo cambio con lo que respecta a la cotidianidad de Santiago Atitlán y su relación con el turismo, causado por el ingreso de rutas y programas

---

<sup>1</sup>*Teleneel* en idioma tz'utujil significa: “el que carga con los hombros”). Dentro del sistema de cargos de la cofradía este personaje es el encargado de llevar a cabo la comunicación y la parafernalia ritual entre el solicitante y Rilaj Mam. Es el que más platica con él y le prende su cigarro. En Semana Santa, durante los rituales donde participa la cofradía y el Rilaj Mam, el *teleneel* es el que lo carga durante la procesión ritual hacia la iglesia. Se dice que es el caballo del Gran Abuelo (Vallejo, 2005:221)

turísticos en la región, que hacen uso y segmentan cada día más los modos de vida tradicionales con el objetivo de adecuar sus ofertas turísticas a los cambiantes gustos de los turistas. Mis observaciones me llevaron a interesarme en las dinámicas turísticas de Santiago Atitlán. Al principio atribuía las transformaciones a una serie de factores políticos, como la Firma de los Acuerdos de Paz y a los posteriores tratados comerciales que sostuvo Guatemala con países centroamericanos y con Estados Unidos, pero, tal como me percaté durante la investigación de gabinete y corroboré en el trabajo de campo, éstas iniciativas turísticas tenían casi ochenta años de llevarse a cabo en el Lago de Atitlán y en algunos departamentos de Guatemala, sólo que adquirirían nuevos bríos en el siglo XXI. Así entonces comenzó un proyecto de investigación que aquí abajo se muestra.

#### *Problema de investigación*

Dicho lo anterior, el interés de esta investigación es analizar los procesos de turistificación en el municipio de Santiago Atitlán, prestando atención a aquellas prácticas y escenarios donde anteriormente el turismo étnico no incursionaba, así como las implicaciones sociales que ha acarreado esta apertura.

Lo interesante es que hoy en día, la actividad turística en Santiago Atitlán ha adquirido mayor fuerza y se observan una variedad de iniciativas turísticas que generan importantes ingresos a las familias tz'utujiles, principalmente a las madres de familia y sus jóvenes hijo(as), que han vuelto su mirada al turismo étnico, donde el principal atractivo, además de la elaboración de tejidos y artesanías, son sus modos de vida tradicionales, sus actividades cotidianas, sus paisajes y su espiritualidad tz'utujil. Vemos que la expansión del turismo étnico se ha segmentado de tal manera, que las actividades cotidianas, ya sean económicas o rituales, que antaño eran sólo de interés para ciertos especialistas, como antropólogos o

etnógrafos, hoy en día se han mercantilizado, incluyendo las actividades espirituales que se realizan a diario, para ofrecerse en forma de paquetes turísticos.

Santiago Atitlán se ha caracterizado por ser un municipio tradicional tz'utujil, principalmente agrícola y pescador; sin embargo, a raíz de lo que he comentado previamente, es de señalar que en la actualidad es atravesado por una serie de transformaciones provocadas por el incremento de prácticas destinadas al desarrollo turístico. Si bien, la industria turística por mucho tiempo se cimentó en la promoción de lugares de confort, diversión y descanso, actualmente sus productos turísticos se han diversificado. En especial, una de las configuraciones más evidentes en Santiago Atitlán es el uso de la etnicidad y de los modos de vida tradicionales como atractivo.

Con base en lo anterior, me interesa profundizar en el tipo de aspectos que se están poniendo en juego con relación al uso de la etnicidad y las nuevas formas de organización que se derivan de esta economía. Tomando en cuenta el estado por el cual se encuentra el turismo étnico en la región del Lago y en particular el municipio de Santiago Atitlán, planteo las siguientes preguntas, que trataré de contestar a lo largo del texto y profundizar en este tema de investigación:

¿Qué usos se le ha dado a la etnicidad como atractivo turístico en la zona lacustre de Atitlán, en especial en el pueblo de Santiago?, ¿Cuáles son los espacios que se promueven como atractivos turísticos?, ¿Qué actores participan en el desarrollo del turismo étnico o de base local en Santiago Atitlán?, ¿Cuáles son los efectos económicos, sociales y culturales del proceso de turistificación?, ¿Cómo ha incidido dicho proceso en la construcción y resignificación de las identidades étnicas y regionales?, ¿Qué consecuencias para las comunidades acarrea la mercantilización de sus acervos culturales y de la cotidianidad?

### *Objetivos de investigación*

Tratando de responder a estas preguntas, el principal objetivo de esta tesis es analizar los procesos de turistificación de Santiago Atitlán. Para ello voy a identificar los diversos escenarios en que se ha implementado esta turistificación, describiré el abanico de atractivos turísticos que el municipio ofrece y mostraré las posibles incidencias que tiene la turistificación de los modos de vida tradicionales en las transformaciones de las identidades étnicas. Por otra parte, esta empresa me permitirá, al margen, poner a prueba la propuesta de algunos conceptos de la *economía de la identidad* de los africanistas Jean y John Comaroff (2011).

Del anterior objetivo se desprenden los siguientes objetivos particulares:

- \*Analizar los procesos de turistificación en Santiago Atitlán
- \*Describir el uso de la identidad étnica en la promoción del turismo en Santiago Atitlán.
- \*Identificar los elementos étnicos que se usan como atractivo turístico.
- \*Describir los espacios en que la etnicidad se pone en escena para atracción turística.
- \*Identificar las instancias que se encargan de promover el turismo étnico, así como los actores sociales involucrados.
- \*Conocer la manera en que la turistificación incide en el repunte y redefinición de las identidades étnicas.
- \*Identificar el impacto del turismo étnico en la transformación de las actividades económicas y culturales.
- \*Describir el tipo de conflictos que se suscitan en torno al desarrollo del turismo étnico.

En efecto, la turistificación, entendida como la selección de algunos elementos y prácticas culturales emblemáticas que produce un grupo social, para la creación de atractivos turísticos que se promueven a nivel nacional e internacional, bajo el *marketing* de auténticas o ancestrales, crean nuevos tipos de riqueza que son controlados y enajenados por pocos sectores sociales. La puesta en escena, la mercantilización de los modos de vida vernáculos y las prácticas rituales que producen los pueblos mayas tz'utujiles, como se dijo anteriormente, no son nuevas, de hecho se empezaron a promover en el período dictatorial del General Jorge Ubico (1931-1944), que promovió la Feria Nacional de la Aurora, en la que mandó a construir un pueblo indígena en el que llevó a pobladores de varias regiones para que mostrarán a los turistas sus modos de vida y la manera en que elaboraban sus textiles y artesanías. La iniciativa era mercantilizada por una agencia turística de nombre “Clark Tours” que comenzó a operar en Antigua Guatemala a principios de la década de 1930 (Walter Little, 2004:204). En la actualidad las empresas turísticas y otras iniciativas promovidas por los programas gubernamentales y organizaciones no gubernamentales, han retomado estas modos de vida vernáculos, sobretudo en el Altiplano guatemalteco, con una mayor diversificación y operatividad. En esta nueva etapa surge la “nación-marca”, que busca dotar de atributos singulares y de símbolos auténticos a una patria con el fin de generar una marca turística que hace uso de los atributos étnico-identitarios.

Asimismo, en el resto de los municipios lacustres también se observa la creciente actividad turística, dirigida en ofrecer servicios enfocados a comercializar el paisaje y la cultura indígena tz'utijil. Pero también los municipios se distinguen entre sí, al grado de mostrarse como una especie de *sets* étnicos particularizados o “auténticos museos vivientes” (Petrich, 1999 y Gloster, 2012).



## *Hipótesis*

Trato de argumentar acerca de cómo dinámicas impuestas por el turismo étnico y otros fenómenos contemporáneos similares—como el turismo residencial y las migraciones por estilo de vida— en el contexto del neoliberalismo y de posguerra en Guatemala, han producido que la identidad étnica constantemente se instrumentalice, es decir, que se desplace del terreno de la política para adentrarse al terreno de lo cultural-económico y de ahí acercarse al mercado global, con prácticas cotidianas y mercancías que antaño se encontraban en la periferia o no figuraban en él; generando así complejos procesos de turistificación, orientados a legitimar prácticas despolitizadas que reivindican la identidad étnica desde un discurso cultural y folclórico.

Estos procesos de turistificación han llevado a algunos de los pobladores de Santiago Atitlán a hacer uso de su identidad individual y colectiva, mercantilizar su vida cotidiana y sus prácticas rituales ancestrales para asegurar su continuidad. Esta dinámica, a todas luces influenciada por los programas del estado guatemalteco, a través del INGUAT (Instituto Guatemalteco de Turismo), que consiste en promover el surgimiento de un pequeño empresariado étnico-empoderado, regido por la lógica capitalista neoliberal, donde los grupos indígenas deben insertarse a la modernidad como empresarios, gestores y promotores de su identidad étnica. Estos gestores locales ofrecen al turista singulares mercancías étnicas, experiencias auténticas, paisajes exuberantes, coloridas danzas, artesanías, *souvenirs*, parafernalia ritual, vidas cotidianas y espiritualidades exóticas, para insertarlos en la lógica neoliberal y colaborar al impulso y promoción de una nación con sello distintivo: una marca-estado.

## *Metodología y técnicas de investigación*

Primero quiero hacer la puntual observación en lo que respecta a los municipios ubicados alrededor del Lago de Atitlán, que tras ochenta años de labor antropológica por parte de diversas universidades, principalmente de Estados Unidos y Guatemala, y en menor medida por México, “los especialistas en campo” han construido relaciones sociales con los informantes o colaboradores en campo, que se han caracterizado por la retribución económica; este mismo fenómeno se observa en Los Altos de Chiapas, México. Considero que esta relación ha impactado por un lado la manera de obtener datos etnográficos y de realizar trabajo de campo, y por otro lado, ha dotado de cierto prestigio y posicionado social y políticamente a un reducido grupo de especialistas locales, que han construido aspiraciones profesionales “imaginarias”, ya que estos, en algunas ocasiones se presentan como: historiadores, antropólogos o intelectuales, que como bien indica Perla Petrich, han construido en su imaginario “identidades de prestigio” (1999:265).

Hoy en día, para un estudiante de posgrado que proviene de una universidad mexicana y pública, como es mi caso, la obtención de datos etnográficos y entrevistas suele complicarse al no contar con recursos económicos para pagar, compensar o retribuir a un asistente en campo que le conduzca hasta los espacios y las personas clave.<sup>2</sup> Por lo tanto, la relación social-académica es confusa y tiene implicaciones que se reflejan sobre todo en el acceso y control de información privilegiada, destinada al personal académico que cuentan con

---

<sup>2</sup>Por ejemplo, en Santiago Atitlán me encontré con dos especialistas locales de la cultura tz’utujil, quienes al enterarse de mi investigación se ofrecieron para “auxiliarme” en la obtención de datos. Uno era especialista de la costumbre tz’utujil. Se presentó conmigo durante un ritual nocturno, celebrado por la Cofradía de la Santa Cruz a la orilla del lago. Después de confiarme, a manera de currículum, su colaboración con antropólogos norteamericanos, me preguntó si la UNAM contaba con recursos para contratarlo. Le contesté que la Universidad no trabajaba de esa manera. Se despidió y ya no entabló conversación conmigo durante la celebración.

recursos económicos para pagar por información. Esta tema, un tanto incómodo entre los colegas, propicia una estratificación entre antropólogos de “primer mundo” o de universidades que cuentan con recursos económicos para trabajo de campo y antropólogos de “tercer mundo”, o de universidades públicas, sin presupuesto para pagar a los asistentes y realizar trabajo de campo.

En mi caso, debido a la ausencia de presupuesto para acercarme a un informante privilegiado, los datos empíricos del trabajo de investigación los obtuve a través de la observación etnográfica, conversaciones formales e informales y encuentros casuales con gente local y migrantes por estilo de vida de los municipios del Lago de Atitlán, y que vuelve flexible al trabajo etnográfico. En estos recorridos también fueron importantes los intercambios de experiencias con turistas, viajeros y prestadores de servicios turísticos, con quienes coincidí en los numerosos traslados que realicé a bordo de los transportes turísticos de San Cristóbal de Las Casas-Panajachel y viceversa, de igual manera en mis recorridos alrededor la zona lacustre. Los datos se obtuvieron durante la realización de tres estancias de campo en Santiago Atitlán, entre julio de 2016 y abril de 2017.

Con lo que respecta a las estancias de campo, la primera tuvo una duración de dos semanas (segunda quincena de julio 2016); esta me sirvió para realizar los primeros sondeos, seleccionar los escenarios a realizar trabajo etnográfico, y asistir a la fiesta patronal, a la cual llegan un sinnúmero de visitantes locales, regionales y turistas extranjeros. Una pareja de colegas guatemaltecos, el matrimonio Drouin, usaron sus contactos y me canalizaron con una fundación norteamericana llamada “Star Fish” (Estrella de Mar), cuyas oficinas centrales se ubican en el municipio de Panajachel. Debo confesar que sin la valiosa red de contactos que me brindaron, hubiera sido casi imposible mi ingreso a campo. Por lo mismo, de acuerdo

con Ferrándiz, subrayo la importancia de *los porteros*: “las personas que encontramos o que nos acercan inicialmente con las que hemos de iniciar la negociación de nuestra entrada, y que pueden condicionar fuertemente nuestro recorrido por los laberintos de la investigación etnográfica abriendo espacios muy valiosos” (2011:73). Sin embargo, considero que la importancia de los *porteros* es crucial en todas las facetas del trabajo de campo, no sólo para facilitar la entrada, más bien, se trata de una constante negociación.

Abro un paréntesis: la Fundación “Star Fish” se encarga de brindar educación a niñas y señoritas mayas tz’utujiles provenientes de aldeas marginadas de alrededor del lago, éstas tienen entre 11 y 25 años de edad. Su intención, como la de muchas otras organizaciones no gubernamentales y fundaciones que operan en Guatemala, es promover los derechos reproductivos y de género entre mujeres indígenas, así como el empoderamiento y el empresarialismo de este sector. Dicha fundación tiene presencia en Santiago Atitlán. El matrimonio Drouin me facilitó el contacto con un reducido grupo de estudiantes, conformado por aproximadamente ocho señoritas y un joven, que son becados por la fundación; mismos que formaron una pequeña empresa turística étnica, administrada por ellos y bajo la supervisión de la Fundación. La pequeña empresa (o *etnoempresa*) tiene por nombre *Mayan Life Travel*. Su principal objetivo es atraer a turistas solidarios, interesados en conocer de cerca el modo de vida tradicional y la forma de subsistencia de las familias mayas tz’utujiles, de las aldeas cercanas al caso urbano de Santiago Atitlán.

La oportunidad de conocer de cerca su trabajo me llevó a un segundo momento de la investigación, en el que apliqué la técnica que se conoce como “muestreo bola de nieve”, basada en ampliar progresivamente los contactos, dándoles seguimiento a través de una red social. Con esta técnica mi red de contactos se amplió y conocí a más personas cercanas a la

*etnoempresa*, involucradas en actividades turísticas, así como a otros actores sociales del sector turístico.

Durante esta primera estancia de campo, para entrar al círculo laboral y cotidiano de la *etnoempresa* turística *Mayan Life Travel*, impartí un pequeño taller a los jóvenes con duración de una semana, el objetivo era mostrar experiencias mexicanas exitosas de turismo étnico. La impartición del taller me sirvió para conocer de cerca la trayectoria de los integrantes que conformaban la sociedad mercantil, su organización empresarial, el modo de operarla y su relación con algunas familias tz'utujiles involucradas en el negocio. Esta estancia también me sirvió para identificar y sondear los futuros acercamientos con el resto de las fundaciones internacionales que incursionan en el “turismo solidario” en Santiago Atitlán, y conocer cuáles eran los proyectos turísticos que las autoridades municipales, en colaboración con el INGUAT (Instituto Guatemalteco de Turismo), implementan en el municipio. Por tratarse este último de un espacio institucional presenté mis cartas con el Presidente Municipal que me emitió el Centro de Investigaciones Multidisciplinarias sobre Chiapas y la Frontera Sur (CIMSUR) que me acreditaba como estudiante de posgrado de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Considero que la presentación fue la más idónea, ya que el funcionario me canalizó con la recién creada Oficina de Promoción Turística, encargada de darle seguimiento a los proyectos turísticos que desarrollan los CAT (Centros de Autogestión Turística), así como obras de mejoras en la infraestructura turística del municipio y de atender las quejas de los turistas.

En esta primera estancia visualicé los futuros escenarios turísticos. Me concentré en profundizar problemáticas o fenómenos específicos; por ejemplo, en el escenario del muelle y sus guías locales, abordé la competencia entre dos grupos diferenciados por la variante

generacional, surgido a causa de la lucha por el espacio y la clientela. En este caso, la presentación con la Oficina de Promoción Turística me ayudó a acercarme formalmente a la red de guías de turistas locales, a los promotores turísticos y a los pequeños empresarios turísticos que operan en el municipio.

La segunda estancia de campo la realicé entre la segunda quincena del mes de diciembre de 2016 y durante todo el mes de enero de 2017. Dicha estadía fue la más larga que realicé. En esta segunda estancia asistí al *Festival Transformacional Cosmic Convergence*, donde se combina la escena de la música electrónica, la espiritualidad maya tz'utujil, el uso de algunas de sus singulares prácticas cotidianas y el new age; dicho festival se realizó para despedir el fin del año (2016) y la llegada del nuevo (2017).

En este espacio contacté y conversé de manera formal e informal con un reducido grupo de turistas, con gente del municipio que trabajaba temporalmente en las instalaciones del Festival y comerciantes foráneos que habían pagado el derecho de instalar locales de venta de alimentos y ropa, mismos que accedieron a participar en la investigación por medio de conversaciones informales grabadas. Le presté mucha atención a los comentarios ocasionales que se vertieron durante el festival, en el pueblo y en el transporte y espacios públicos. En pocas palabras: estuve atento a todo lo que se decía con respecto al evento: puntos de vista, críticas acerca de la organización del festival y los gustos de los asistentes por asistir a este tipo de festivales. Considero que la asistencia al festival me aportó importantes datos, que me permitieron analizar los nuevos escenarios, usos y actores sociales, involucrados en el uso de la identidad étnica para la industria turística.

Durante esta segunda estancia también me acerqué a la organización de mujeres mayas tz'utujiles de nombre *Consortio*, que ha estado involucrada durante tres años en la

realización de dichos festivales de música electrónica y new age. La organización apoya con mano de obra para la construcción de la infraestructura y la vigilancia (realizada por hombres), también es la mediadora entre los organizadores del evento, las autoridades municipales y el pueblo en general. La elaboración de los talleres culturales, como alimentos típicos, textiles y labores de limpieza, son llevadas a cabo por algunas mujeres durante el festival. De manera paralela, esta segunda estancia me sirvió para avanzar en el trabajo etnográfico de los restantes escenarios turísticos seleccionados. Por ejemplo, las visitas a la cofradía de la Santa Cruz, lugar donde albergan al *Rilaj Mam*, fueron a diario, con el objetivo de generar confianza y poder conversar con los cofrades, quienes tienen fama de ser un grupo hostil con el trato a los turistas y antropólogos. Mi presencia en el muelle se intensificó con el objetivo de conversar con algunos de los miembros de los dos grupos identificados como guías de turistas locales. Mi trabajo con la etnoempresa *Mayan Life Travel* continuaba con pequeñas reuniones en su oficina con la intención de conocer a las familias que participaban en la iniciativa. Las visitas a la casa de Doña Chonita (a quien se caracteriza como parte del cuarto escenario turístico en el capítulo III) las realicé en menor medida debido a los constantes viajes que ella realizaba a otros municipios, su avanzada edad y su cambiante estado de salud, eran otros motivos que me impedían las constantes visitas.

La tercera temporada de campo la realicé durante la Semana Santa de 2017; esta tuvo duración de dos semanas. El objetivo principal consistió en profundizar en la obtención de datos etnográficos, entrevistas y conversaciones informales, en los cuatro escenarios turísticos seleccionados, poniendo atención en su desempeño durante la Semana Santa, fecha importante ritual y por la cantidad de visitantes extranjeros que dejan derrama económica.

Los escenarios y actores sociales involucrados en el turismo, nuevamente fueron revisitados. Los trabajadores del muelle y sus guías locales, los cofrades de la Santa Cruz, los miembros de la etnoempresa *Mayan Life Travel*, Doña Chonita, algunos migrantes por estilo de vida que viven en el municipio y la representante legal de la organización tz'utujil *Consortio*, me aportaron un poco de su tiempo, principalmente por las tardes-noches, ya que durante la mañana realizaban actividades relacionadas directa o indirectamente con el turismo.

Con lo que respecta a la metodología que apliqué en los escenarios seleccionados, empecé por entablar relaciones empáticas, tal como lo sugiere Ferrándiz (2011). El autor señala que es necesario tener un buen *rapport* para asegurar la flexibilidad etnográfica; de ésta premisa dependería mi éxito en campo, ya que me enfrentaría a una especie de economía de la información etnográfica, caracterizada por que en ella se busca a los especialistas locales, o ellos se acercan a uno, para garantizar y asegurar el éxito en campo.

La investigación se caracterizó por la recurrencia a entablar conversaciones formales e informales que arrojaron valiosos datos etnográficos. Pequeños datos o fragmentos de conversaciones informales relevantes, que se me quedaban grabados, fueron la principal materia prima para elaborar la investigación. Los encuentros casuales en los constantes traslados al Lago de Atitlán me aportaron también datos valiosos y me auxiliaron en corroborar mis resultados de la investigación que realicé en la licenciatura, acerca de los migrantes por estilo de vida asentados en San Cristóbal de Las Casas, Chiapas y la periódica movilidad que hacen estos hacia Guatemala con el propósito de mantener vigente su status migratorio de turista.



Prescindi del uso de entrevistas estructuradas, cuestionarios y encuestas, ya que no los podía hacer debido al bajo presupuesto, además, por el corto tiempo para realizar trabajo de campo, no me parecían viables y considero que no me arrojarían los datos esperados para una investigación de tipo cualitativa etnográfica.

Para sintetizar, usando los recursos metodológicos arriba citados, se llevaron a cabo aproximadamente 70 conversaciones formales e informales, 50 con locales de Santiago Atitlán, San Pedro La Laguna, San Juan La Laguna, Panajachel y San Marcos La Laguna y 20 con turistas, viajeros y migrantes por estilo de vida, principalmente estadounidenses, españoles y turistas de origen centroamericano (Costa Rica y El Salvador).

Para finalizar este apartado, considero que Guatemala es y seguirá siendo, a nivel antropológico, el laboratorio de varias universidades de Estados Unidos. Con esto quiero recalcar que, los municipios de alrededor del Lago de Atitlán están siendo investigados por diversos proyectos académicos, así que la presencia de estudiantes de antropología es más que constante. Aunado a esto, las fundaciones internacionales, en asociación con algunas iglesias protestantes, han contribuido en enviar a miembros de su orden a realizar conversión religiosa mediante trabajos voluntarios en proyectos sociales y productivos, como lo es el turismo solidario; esto ha provocado aún más la segmentación y turistificación de las comunidades alrededor del Lago.

## *Capitulado*

En síntesis, esta tesis se compone de cuatro capítulos. El primero contempla el marco teórico; comienzo por realizar precisiones acerca de qué es lo que entiendo por turismo étnico y sus distinciones o similitudes entre el turismo cultural y turismo alternativo. Enseguida introduzco el estado del arte, donde abordo las principales investigaciones antropológicas que dan cuenta de la transformación social, económica y cultural en los municipios lacustres a lo largo de ochenta años de explotación turística.

Después de mostrar las investigaciones sobresalientes en torno al tema, abordo la construcción teórica. Comienzo por trabajar el concepto de *identidad étnica* que abrirá la discusión para explicar cómo el *honor étnico* (Weber, 1983) y la *identidad múltiple* (Petrich) permiten a algunos pobladores de Santiago Atitlán posicionarse ante el turista a través de la instrumentalización de su etnicidad. Enseguida defino el concepto de *vida cotidiana* (Heller, 1994) que me auxiliará en la explicación de los escenarios seleccionados donde se hace uso de los modos de vida tradicionales y de las prácticas cotidianas para la promoción turística, aspectos que relaciono con la propuesta teórica de la *economía de la identidad* (Comaroff y Comaroff 2011: 45), entendida como “aquellas iniciativas o individuos que procuran estampar una marca distintiva de su otredad, aprovechando lo que los hace diferentes y que se ven en la necesidad de hacerlo en los términos universalmente reconocibles: por medio del mercado”; así también retomo las categorías de *etnoempresa* y *etnomercancía* de los mismos autores.

Para finalizar, abordaré cómo se han multiplicado las estrategias para obtener ingresos económicos extras por medio de resaltar la diversidad cultural; por ejemplo, los sentimientos étnicos, como el *honor étnico*, al que se refiere Weber, se han diversificado: han migrado de

estrategia política a instrumentalización económica, con su uso se asegura la supervivencia cultural. Bajo esta tesitura, considero que en los municipios turísticos del Lago de Atitlán opera una política específica, producto de la relación entre etnicidad y turismo, lo que Santiago Bastos (2007:71) llama “normalización multicultural de la gestión de la diversidad, que se basa en un reconocimiento acotado de derechos a partir de una definición cultural de lo “maya”, corriendo el peligro de caer en una neo folklorización”. Y, desde mi juicio, es en el turismo donde se puede observar cómo se hace uso de la identidad maya tz’utujil como un recurso para salir de la precaria situación económica y de la exclusión que se vive en las aldeas del Lago de Atitlán.

En el capítulo dos describo el contexto político actual por el cual se despliega el turismo étnico en Guatemala y en la zona lacustre del Lago de Atitlán, mostrando la importancia y el acaparamiento que realizan los empresarios turísticos, nacionales y extranjeros, asentados en el municipio de Panajachel, fomentando el desarrollo del turismo étnico en la región. Asimismo, describo brevemente las diversas formas que han tomado las estrategias turísticas y el tipo de clientela al que se dirigen los proyectos turísticos en cada uno de los pueblos. Aprovecho el apartado para analizar el caso del museo lacustre de Panajachel, cuyas piezas arqueológicas fueron sustraídas del fondo del lago por un empresario turístico de Panajachel y actualmente son reclamadas por los pobladores de la aldea Cerro de Oro.

La idea es mostrar cómo la economía turística desarrolla el uso de la identidad étnica y la proliferación de *etnoempresas*, entendidas como la acción individual y colectiva que sujetos pertenecientes o no a la comunidad indígena emprenden iniciativas y negocios para mercantilizar con algunas expresiones culturales (tangibles e intangibles) en diferentes

rubros; y exponer la función de las *etnomercancías* en este proceso, mismas que defino como aquellas mercancías (objetos y prácticas) que son producidas bajo ciertas características culturales y cómo estas mismas especificidades culturales les insertan otro tipo de valores para posicionarlas en mercados particulares, donde se enarbolan como “auténticas”. En consecuencia, la producción de estos objetos y su significado de autenticidad, adquiere un valor simbólico extra, que antes no tenía.

Dichos fenómenos étnico-turísticos no son privativos de Panajachel, sino que forma parte de toda una economía regional, cada vez más intervenida y segmentada por el mercado y la industria turística, para explicar esto expongo brevemente tres descripciones etnográficas de municipios que se han integrado a la actividad turística a partir de la década de 1970 y hasta entrada la década de 1990: San Pedro, San Juan y San Marcos la Laguna.

Finalizo el capítulo con un esbozo de las iniciativas que ha llevado a cabo el INGUAT (Instituto Guatemalteco de Turismo) en el Lago de Atitlán, y sus implementaciones a partir de 2015: los CAT (Comités de Autogestión Turística), desarrollados a nivel municipal. Estos reúnen a pequeños empresarios del turismo, que por cuenta propia invierten en diferentes rubros, los cuales se han convertido en los proyectos seleccionados para el financiamiento del INGUAT, mismos que excluyen y subordinan a otros actores locales claves para el turismo que se implementa en Santiago Atitlán.

En el tercer capítulo abordo el estudio del caso de Santiago Atitlán. En primera instancia, realizo descripción etnográfica del municipio, el ambiente que se vive a diario en el muelle y los actores sociales que interactúan en él. Para exponer cómo se desarrolla el turismo, describo los cuatro *escenarios* turísticos en los que se reproduce la *economía de la identidad*: los guías de turistas locales, que a diario trabajan en el muelle y que están en

cotidiana pugna por el espacio y la clientela; la *Cofradía del Rilaj Mam*, donde me centré en observar la importancia que ha adquirido las tarifas de entrada que se les cobra a los turistas, mismas que sirven para la reproducción del culto—y que tantas páginas de investigaciones antropológicas ha inspirado—, así como los cambios que ha tenido el sistema cívico-religioso, causados por la lógica monetaria del turismo y la participación de cofrades y *texeeles* extranjeros (migrantes por estilo de vida) en algunas cofradías que integran el sistema de cargos cívico-religioso.

En el siguiente escenario abordo el caso de “Doña Chonita” como el típico ejemplo de la *economía de la identidad*, ya que este personaje, cuyo rostro aparece en la moneda de 25c, recibe a grupos de turistas en su casa: una muestra viviente de la etnicidad personificada al servicio del turismo. El cuarto escenario es el relacionado a la empresa turística *Mayan Life Travel*, integrado por un grupo de jovencitas que están apoyadas por una ONG para formar una *etnoempresa* y ofrecer servicios turísticos desde sus aldeas, incursionando en el turismo solidario. Estos escenarios permitirán mostrar casos específicos del uso de la identidad étnica y de la mercantilización de los modos de vida tradicionales.

En el cuarto y último capítulo, analizo el quinto escenario relacionado al *Festival Transformacional Cosmic Convergence*, que se realiza anualmente y desde hace cuatro años en Santiago Atitlán. En él trato de exponer el uso que se le da a la espiritualidad maya tz’utujil con participación de la asociación tz’utujil *Consortio*. Un Festival de espiritualidades new age y de música electrónica. Como se verá, hay un uso instrumentalizado de la cultura y espiritualidad maya tz’utujil combinada con otras expresiones culturales, que logran producir un escenario atractivo para las generaciones de jóvenes “posthippies” que buscan desarrollar su espiritualidad y construir su modo de vida alternativo.

## *Capítulo I: Marco teórico y exposición de conceptos*

*La identidad no está quieta en los museos,  
ni la ecología se reduce a la jardinería*  
Galeano Patas Arriba.  
La escuela del mundo al revés

### *1.1. EL Turismo étnico o de base local*

En este apartado se abordará la diferencia conceptual entre el turismo étnico (o etnoturismo), el turismo cultural y turismo alternativo, con el fin de establecer las similitudes y diferencias operacionales que, aunque parecen expresar lo mismo, en realidad son tres maneras turísticas distintas.

Comencemos por abordar el concepto de turismo étnico (o etnoturismo) que elabora Valene Smith (1977, en Santana, 1997:37). La autora de *a Host and Guest* lo describe como aquel donde se comercializa con las costumbres curiosas y la gente exótica, llevando al turista a los hogares y pueblos donde pueden adquirir lo llamativo, a veces de importante valor en el arte histórico, visitar aldeas indígenas, degustar sus alimentos tradicionales, asistir a espectáculos en los que se representan ceremonias y danzas típicas. Este tipo de turismo, por lo general se desarrolla en pequeñas poblaciones aisladas y de baja densidad poblacional; está enfocado a brindar atención a cierto tipo de personas de la clase media, por lo que supuestamente se traduce en poco impacto cultural en las sociedades locales.

Por otro lado, el turismo cultural, siguiendo las reflexiones de Agustín Santana (2003: 34) se basa en la comercialización de la cultura mediante la selección de particulares

elementos culturales y naturales que pasan a ser productos que se ofrecen en el mercado turístico bajo el *marketing* de alternativos y auténticos. Surgen a partir de la década de los ochenta, con la aparición del *post turismo* o *nuevos turismos*, que tratan de cubrir las nuevas necesidades, gustos y estilos de vida de la clientela y que también coinciden con una etapa de preocupación sobre la crisis mundial, el medio ambiente, los problemas económicos de las naciones en vías de desarrollo y las crisis ideológicas. El turismo cultural, al igual que el turismo étnico, se interesa en obtener o brindar experiencias genuinas o trascendentes en tres rubros estrechamente vinculados: naturaleza, cultura, la gente y las posibles combinaciones de éstas; el turismo cultural se diferencia del turismo étnico en que, mientras el segundo se reproduce en pequeñas poblaciones rurales, el primero se lleva a cabo tanto en pequeñas poblaciones rurales, ciudades coloniales y grandes urbes, ampliando el abanico de atractivos culturales para cubrir los cada vez más sofisticados gustos y requerimientos de los turistas; por ejemplo: la arquitectura monumental, los museos, las fábricas y zonas comerciales, donde se alojan grandes empresas transnacionales o grandes firmas, donde se puede observar complejos arquitectónicos modernistas.

Ahora bien, el turismo alternativo es una combinación de productos naturales y culturales que engloban al turismo cultural y turismo étnico. Surge a principios del siglo XXI con la intención de brindar atención a los cambiantes gustos de los turistas, por lo que ha provocado en una segmentación mayor del mercado turístico. Smith y Eadington (1994:3, en Santana, 2003:35) elaboran la siguiente definición del turismo alternativo: “son formas de turismo que son consecuentes con los valores naturales, sociales y comunitarios, que permiten disfrutar positivamente tanto a anfitriones como a invitados y hace que merezca la pena compartir experiencias”. Además de que el turismo alternativo, en esta combinación

entre cultura y naturaleza, incluye al turismo de aventura, una modalidad que permite a los visitantes desarrollar destrezas físicas en ambientes naturales, a partir de las características geográficas que el destino presenta.

Coincido con Santana (2003: 35) acerca de que en la promoción de estos tipos de turismo se observa una amplia retórica que se elabora en torno al uso de conceptos de *cultura*, *experiencia*, *responsabilidad*, *exotismo primitivismo*, *autenticidad* y *sostenibilidad*.

Hoy en día, considero que el turismo alternativo trata de captar destinos, lugares y prácticas que anteriormente se promovían en el turismo étnico y el turismo cultural; por lo tanto, el turismo alternativo solamente se encarga de incrementar el atractivo de un bien natural o cultural, modifica o maquilla alguno de sus elementos para presentarlo a las nuevas exigencias, modas y estilos turísticos que suceden en los tiempos actuales; es decir, revalora algunos aspectos para adecuarlos a los gustos del turista. Por ejemplo, el turismo alternativo bien puede retomar algún elemento del turismo étnico: la espiritualidad de alguna sociedad indígena y las prácticas que se desprenden de ella, y relanzarla al mercado bajo la modalidad de turismo espiritual, si el visitante busca una experiencia esotérica.

La similitud de estos tres tipos de turismo se sustentan en la cultura, el medioambiente y la gente; la diferencia entre ellas son: los modos en que se exhiben, se ofertan al cliente, y como bien lo indica Santana (2003:37), su alto grado de complejidad de la demanda y del propio sistema turístico. Mientras el turismo cultural es más intelectual, el etnoturismo más cercano a la autenticidad de una cultura, el turismo alternativo opera satisfaciendo los gustos del cliente con propuestas innovadoras, que conjugan diferentes escenarios.

El modelo turístico que se pretende analizar tiene como base al turismo étnico. Conviene hacer la observación que, dentro de esta modalidad se observa dos tipos de fuerzas



que lo promueven: promotores locales, por un lado y por otro, el empresariado externo. La definición que ofrece Javier Hernández (2015:9) entre turismo “de base local y turismo “desde lo local”, ayuda a distinguir dos tipos de turismo y por lo tanto de empresariado. El turismo “de base local” involucra como actores principales a las sociedades locales, sus habitantes, que gestionan y se benefician directamente a los pobladores. El turismo “desde lo local”, es promovido por corporaciones que producen la imagen de un lugar turístico con devolución mínima a las poblaciones locales.

Aunque el primero pareciera contar con más aceptación por parte de los analistas, también cuenta con sus adversarios, quienes afirman que el turismo de base local o base comunitaria, es un fenómeno marginal, anecdótico e irrelevante en el marco del turismo internacional. Otros consideran que impulsan contradicciones culturales internas, lo que provoca divisiones al interior de las poblaciones y desigualdades de difícil solución. También se señala la falta de experiencia de las comunidades indígenas para desarrollar tales iniciativas, y hasta se desconfía de sus principios éticos (empoderamiento, sostenibilidad, participación y exclusión), sin embargo, los autores que lo defienden se empeñan por mostrar sus beneficios: la inclusión de la población en la toma de decisiones y la distribución de la riqueza.

Pereiro (2012: 22) señala que las cumbres de la UNESCO y la ONU han jugado un papel importante en la consolidación del turismo étnico como paliativo a la marginalidad y la pobreza en que vive este sector desfavorecido. Entre éstas instancias incluye La Cumbre Mundial de Johannesburgo del 2002<sup>3</sup> y La Cumbre Mundial del Ecoturismo (Quebec, 2002).<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup>[http://www.un.org/spanish/conferences/wssd/cumbre\\_ni.htm](http://www.un.org/spanish/conferences/wssd/cumbre_ni.htm) Fecha de consulta: 17 de enero de 2017.

<sup>4</sup><http://www.cinu.org.mx/eventos/turismo2002/cumbrequebec.htm> Fecha de consulta: 2 de enero de 2017.

Comparto la opinión del autor cuando señala que a los pueblos indígenas, “no siempre se les han reconocido derechos sobre sus territorios y recursos –que sería lo más adecuado- y que más bien las iniciativas de las instituciones internacionales van encaminadas a generar bienes de valor en contextos de persecución y marginalización y el turismo aparece como una arma de doble filo: por una lado, como una oportunidad para el desarrollo socio-económico y por otro lado, puede convertirse en un mecanismo de explotación y dominación neocolonial.

El turismo étnico, que se caracteriza por ofrecer como productos de consumo los modos de vida vernáculos, es un modelo que está íntimamente relacionado con la apertura neoliberal, y que busca producir un consumo privilegiado, dirigido a la clase media global. Es decir, los recursos étnicos (recreados o inventados) se vuelven prácticas auténticas y exóticas que son consumidas por sectores favorecidos que cosifican las relaciones interculturales y las demandas sociales. Sin embargo, como indica Hernández, “el problema científico no estriba tanto en la comercialización de la diferencia étnica, sino más bien en determinar qué grupos e intereses locales y externos controlan dichos procesos de comercialización y cuáles son los objetivos de dichas intervenciones (Hernández, 2015:9).

A partir de esta premisa, sobre los grupos que desarrollan el turismo, locales y externos, se delinea esta investigación y estará enfocada en analizar los escenarios donde se trata de llevar a cabo un modelo de base local, administrado y controlado por ellos.

A continuación presentaré las investigaciones sobresalientes en torno al tema y sobre la región de Lago de Atitlán.

## 1.2 Estado del Arte

Las comunidades indígenas tz'utujiles, caqchikeles y quiches, en la actualidad han reestructurado sus dinámicas sociales, prácticas económicas y políticas, a través de la actividad turística, con el objetivo de continuar reproduciendo su modo de vida y su cultura; esto ha implicado adecuar “su clásica supervivencia cultural en una nueva forma de supervivencia por medio de la cultura” (Comaroff y Comaroff, 2011:38). La primera entendida como las estrategias de resistencia que surgen en respuesta a los modelos de vida occidentales, impuestos en la región desde la época colonial, así como en el resto del mundo. La segunda, entendida como la transformación en mercancía de los modos de vida tradicionales para la permanencia, o dicho en otras palabras, en respuesta a la precariedad económica; dichas comunidades han tenido que mercantilizar sus expresiones rituales y estilos de vida autóctonos para generar un poco de dinero. Estas reestructuraciones sociales y cambios culturales las podemos rastrear en las investigaciones antropológicas que comenzaron desde la década de 1930 en la región del lago.

Una de las primeras investigaciones es de Sol Tax, *El capitalismo del centavo. Una economía indígena de Guatemala* (1951), si bien, el estudio no es de turismo, sino de cambio cultural y económico, el autor ofrece una excelente descripción acerca de los procesos de producción, cambio, distribución y consumo en el municipio de Panajachel, mismo que forma parte de la zona lacustre de Atitlán, y actual centro de desarrollo turístico en la región. Durante el periodo que duró su trabajo de campo (1935-1941), el autor nos muestra pocos, pero valiosos datos, sobre la instauración del modelo turístico en la pequeña aldea de Panajachel (1951: 46-47, 149, 154, 165). También da cuenta de la llegada del turismo extranjero residencial, en cuyo incremento él mismo fungió, a veces como testigo en la

compra de lotes de terreno a la orilla del lago, adquiridos por sus connacionales (ídem.175-176,177).

Otro trabajo es el de Mendelson, *Los escándalos de Maximón* (1965), el autor nos adentra en la cosmovisión del pueblo atiteco en la década de 1950; investigación influenciada por la obra de Robert Redfield, *La pequeña comunidad*, con base en el análisis de lo que se llamó la *visión del mundo*. El trabajo aporta un par de datos relacionados con el turismo, señala, por ejemplo, que durante la Semana Santa de 1950 una persona, perteneciente al grupo de los tradicionalistas, estaba siendo acusada de participar con los sacerdotes en el intento de quemar la figura de Maximón, pero al mismo tiempo, “el hombre vendía pinturas de Maximón a los turistas y peregrinos” (1965:66). Este dato me permite observar que ya había una incipiente turistificación, basada en la *economía de la identidad*. Asimismo, la investigación de Mendelson nos ofrece un extracto de un discurso externado por el representante de un partido político, relacionado a la llegada del turismo al municipio: *Maximón es querido por la mayor parte del pueblo y también por los turistas. Ahora que una atracción turística, como Maximón, es amenazada ayudaremos a que regrese* (Mendelson, 1965:69). Esto nos dice que para mediados del siglo XX ya había conflictos en Santiago Atitlán relacionados con la actividad turística.

Propiamente, Robert Hinshaw (1976, 1991) es el primero en realizar investigaciones relacionadas con el turismo. El antropólogo, discípulo de Sol Tax en la Universidad de Chicago, explica en un artículo titulado: “Panajachel. Un pueblo turístico en el ámbito de la violencia”, la actitud positiva que han tenido sus pobladores frente al turismo. Un turismo que al parecer no se detuvo, al menos de manera total, a causa de los conflictos armados. Destaca que durante la guerra civil, que afectó las tierras del altiplano, el municipio de

Panajachel no sufrió ningún desaparecido y que muchos de sus jóvenes se enrolaban en el ejército guatemalteco por mera voluntad: “la visión de la gran mayoría de los panajacheños en la víspera de la irrupción de la violencia y aún hoy es a favor del gobierno guatemalteco, de los Estados Unidos, y francamente anticomunista” (1991:324).

Otra aportación fundamental es el trabajo de Perla Petrich, quien ha realizado varios estudios de rescate cultural. En 1999 escribió “Historia, historias del lago de Atitlán. Ensayo de antropología histórica”. En este trabajo señala algunas de las primeras huellas del turismo: “en 1885 se construye en Panajachel el hotel Tzanjuyú y tres años después llega al lago el primer barco de vapor, y desde entonces no ha dejado de acrecentarse dicha actividad (Petrich, 1999:86). En una obra posterior describe la actividad turística a gran escala: ésta comenzó en la década de los cincuenta de siglo XX y pasó por un declive considerable durante la época de violencia (1980-1992). La autora señala que pasando el conflicto armado la actividad tuvo un desarrollo acelerado en los años posteriores (Petrich, 1999). Destaca que a partir del desarrollo turístico en la región, las actitudes mentales y el comportamiento cambiaron drásticamente, sobre todo en los jóvenes. Además, con la llegada de tantas ONG’s se empezó a observar un fenómeno social bastante peculiar: el uso de la identidad étnica como medio de subsistencia. Añade la autora que sobre todo “las empresas de turismo y ciertos grupos, que les beneficia folclorizar la región del lago, han construido un museo viviente de trajes típicos, sonrisas y costumbres ancestrales como un elemento de atracción rentable” (1999:273).

*Mayas in the Market Place. Tourism, globalization and cultural identity*, de Walter E. Little (2004) de la Universidad de Texas, presenta también un estudio sobre el turismo en otra de las culturas mayas, donde describe a los kaqchiqueles como vendedores de artesanías,

que utilizan estratégica e instrumentalmente diferentes construcciones de su identidad, ya sea para cuestiones políticas, para mantener su forma de vida y sus intereses económicos. Indica que el turismo étnico, practicado en La Antigua Guatemala, ha contribuido a que algunas familias originarias de San Antonio Aguascalientes y Santa Catarina Palopó refuercen sus concepciones acerca de la práctica del idioma vernáculo y su identidad maya, dinámica y flexible, orientada al mercado mundial del turismo. El autor centra la atención en las experiencias intersubjetivas con kaqchiqueles en dos espacios: las relaciones en el mercado de artesanías en Antigua Guatemala y en las casas de los artesanos, específicamente en iniciativas turísticas rescatadas de las políticas de desarrollo implementadas en la década de 1930, que consistían en llevar a los turistas a sus casas para que conocieran cómo se elaboraban los textiles y el estilo de vida de las familias mayas. Utilizando el concepto de “border zone” Little muestra que estos espacios se han convertido en performativos, y que parecen compartir similitudes estructurales con los parques de atracción de Disney. Considero, por mi parte, asemejados cada vez más a los *museos vivos* (Petrich, 199 y Gloster, 2012) y a las aldeas culturales en el reino Zulú, en Sudáfrica, analizadas por el matrimonio de los Comaroff en su libro *Etnicidad, S.A.* (2011), sólo que en versión maya.

Para la primera década del siglo XXI se comenzaron a realizar investigaciones antropológicas sobre el turismo. Resalta la investigación de Engelbert M. Tally González (2006) de la Universidad del Valle de Guatemala, *Turismo espiritual en tiempos posmodernos. Estudio de caso de San Marcos la Laguna*, en donde explica el desarrollo del turismo *new age* en el municipio de San Marcos la Laguna, según el autor, como consecuencia del aumento en los niveles de estrés y alienación en las sociedades modernas. Proceso incentivado por los movimientos hippie y *beat* en las décadas de 1960 y 1970.

Una investigación similar es la de David Joseph Bowker (2012), del Centro de Estudios Latinoamericanos y del Caribe de la Universidad de Nueva York, *Free Market Tourism. The tz'utujil Mayan Struggle With Neoliberal Globalization*. En éste trabajo el autor compara dos municipios que se dedican al turismo: San Pedro la Laguna, donde el turismo es promovido por extranjeros y está más individualizado, sin regulación; y su vecino, San Juan la Laguna. En éste el desarrollo turístico ha sido menor, pero incentivado por varias ONG's que lo planifican con participación de la comunidad. El trabajo que realiza Laura Riddering (2015) titulado: *A struggle for a better life: La lucha para superarse*, a partir de un estudio en San Juan La Laguna, resulta interesante para analizar las estrategias comunitarias de este pueblo para insertarse al mercado turístico que se desarrolla en el Lago de Atitlán. Una pequeña comunidad de cinco mil habitantes con pequeños hoteles que promueven el trabajo de sus artistas, sobre todo pintores, entre otras labores artesanales. Tim Wallace (2014) cuenta con un reciente artículo titulado *Power, altruism and Communitarian Tourism: A comparative study of San Juan and San Pedro La Laguna in Lake Atitlán, Guatemala*<sup>5</sup>, donde expone las diferentes trayectorias de desarrollo turístico que han seguido estos dos municipios, en él se pueden observar las ventajas e inconvenientes del turismo internacional por dos modelos económicos diferentes. Mientras que en el municipio de San Pedro La laguna prevalece un modelo neoliberal de libre mercado, controlado principalmente por “pequeños empresarios extranjeros que trabajan por cuenta propia” (D’Andrea, 2007), en el vecino municipio de San Juan la Laguna se implementa un modelo comunitario,

---

<sup>5</sup>El artículo es un avance de investigación y fue presentado en el TTRA 2014 International Conference: Tourism and the New Global Economy.

promovido por instituciones gubernamentales y ONG's, donde el control turístico está en manos de la comunidad.

Por último, desde hace dos décadas, en el suroeste del lago de Atitlán, se ha puesto en práctica la Escuela Etnográfica de Trabajo de Campo de Verano. Un proyecto académico cuyo tema de interés es el turismo y el cambio social. Dicho proyecto es dirigido por el Dr. Tim Wallace, catedrático de la Universidad de Carolina del Norte. En el proyecto colabora la Universidad del Valle de Guatemala y la organización no gubernamental "Atit'alá"; en conjunto han generado proyectos de turismo comunitario que han beneficiado a una parte de los pobladores del municipio de San Juan la Laguna.

### *1.3 Discusión de conceptos teóricos para este trabajo*

#### *a) Identidad étnica*

En Guatemala, como en México y la mayoría de los estados latinoamericanos dentro del contexto del neoliberalismo, la implementación de políticas de desarrollo gubernamentales, en asociación con los grupos de poder, han manipulado la identidad étnica como una herramienta para gestionar la diversidad, desplazándola cada vez más a una condición meramente cultural, para consumo mercantil y no como una condición que pueda devenir en ideología política para cambiar las relaciones de poder.

En el caso que abordo, la reivindicación y valorización de la identidad étnica ha tenido la misma suerte: exhibida en museos privados y comercializada en el mercado turístico desde hace aproximadamente ocho décadas por el Estado y por la elite de familias guatemaltecas y extranjeras. Proceso al que en las tres últimas décadas se les ha unido a la mercantilización, las organizaciones no gubernamentales (ONG) y las asociaciones culturales indígenas



despolitizadas, que como bien lo indica Santiago Bastos (2007:67), han conformado un complejo “proceso de culturalización donde el reforzamiento ideológico de lo maya se lleva a cabo sin elementos de opresión política y de clase; y más que por complementariedad o diferencia, se define como oposición a lo occidental”; tal es el caso, agrega el autor, de la oficialización de la espiritualidad maya, posterior al proceso de los Acuerdos de Paz.

En esta tesis, la identidad étnica se aborda desde un enfoque instrumentalista, también conocido como enfoque circunstancialista, ya que considero que bajo el contexto del turismo dicho enfoque es el pertinente para su análisis. Siguiendo las reflexiones de Levinson (1994:77), quien retoma a Max Weber, el enfoque instrumentalista o circunstancialista, descansa en la premisa de que la etnicidad resulta de condiciones internas o externas; resultado directo de un cambio de circunstancias, como el aumento del cambio religioso, o de la oportunidad económica en una sociedad, o bien puede ser una elección racional de los líderes locales de los grupos étnicos para asegurar la vida política, social o económica, para beneficios del grupo. Para el autor, la identidad étnica se hace más visible en situaciones de competencia entre los grupos étnicos, actuando como grupos de interés. En el mismo tenor, Weber se refiere a ellos como: grupos estamentales. Levinson agrega que la etnicidad puede ser impermanente, flexible y sensible a las fuerzas externas, en particular a la naturaleza de las relaciones con otros grupos étnicos y las oportunidades y ventajas que los miembros de un grupo esperan a través de la identificación con otro grupo; el enfoque circunstancial supone un grado de elección racional por parte de los participantes; es decir, los individuos se afiliarán a un grupo y actuarán colectivamente cuando piensen que es de su mejor interés hacerlo. Sin embargo, Levinson se centra en aquellos grupos que ostentan su etnicidad, dejando fuera a aquellos sectores que la controlan y gestionan. El caso que me atañe,

considero que la identidad étnica no sólo es reivindicada por las sociedades locales indígenas, que la usan como un recurso para acceder a diferentes bienes, ya sean estos políticos, económicos o sociales; también es instrumentalizada por grupos sociales externos, en el poder, instituciones gubernamentales y asociaciones o partidos políticos.

Levy (1975:28, en Azcona, 1984:96), quien también se inscribe en la perspectiva instrumentalista, afirma que “la etnicidad es un sistema simbólico que puede ser activado por los miembros de un grupo o por sus líderes como una de las muchas alternativas estratégicas en la consecución de metas individuales o grupales”.

Bajo este tenor, Gilberto Giménez sitúa a los conceptos de identidad y cultura estrechamente vinculados, porque la identidad se construye a partir de ciertos repertorios culturales del grupo social, que son los que, en primera instancia marcan las fronteras entre el nosotros y los otros. Influenciado por la tesis de Fredrik Barth (1976), el autor sostiene que la identidad (étnica) se define por sus límites y no por su contenido cultural que fijan los límites en un momento determinado. Para Giménez, la identidad (étnica) no sólo son repertorios de significados compartidos y duraderos que descansan en la subjetividad, como lo plantea Max Weber, sino que al ser puestos en circulación, algunas de estos repertorios de significados, desaparecen, se transforman, o surgen nuevos. Al igual que Levinson (1994), quien sostiene que la identidad (étnica) puede ser impermanente, flexible y sensible a las fuerzas externas, Giménez afirma que ésta puede tener “zonas de estabilidad y persistencia y “zonas de movilidad y cambio”.

Por otra parte, Miguel Bartolomé (1997) propone en “*Gente de Costumbre y Gente de Razón*”, que a partir de la década de 1960, en los países latinoamericanos se gesta el resurgimiento étnico con miras a la autogestión de sus recursos naturales, territoriales,

económicos y culturales de las regiones étnicas, mediante el reconocimiento, respeto y promoción del potencial cultural de sus regiones; esto daría como resultado la configuración de sistemas interétnicos igualitarios. Sin embargo, el autor advierte que no puede haber relaciones interétnicas igualitarias con comunidades empobrecidas y despojadas, para ello, propone que se debe asegurar su bienestar económico, anteponiéndose al bienestar del resto de la nación. Bajo esta tesitura e inspirado por Cardoso de Oliveira, Bartolomé propone que las identidades étnicas son comprensibles si se entienden como expresiones de relaciones diádicas, en la que confluyen la autopercepción y la percepción de los otros (1997:47). Sin embargo, el autor se le escapan las asimetrías que pueden surgir en estas relaciones, causadas por diversos factores, como los políticos, lingüísticos, territoriales, económicos y religiosos. Para él, los contenidos emotivos de las colectividades étnicas, es decir, las subjetividades y los lazos afectivos se superponen a la coerción social y lealtades políticas propias de la perspectiva instrumentalista de la etnicidad.

b) *El honor étnico*

Si partimos de que la identidad étnica es activada por los miembros de un grupo y por lo tanto controlada por sus líderes comunitarios, notamos que dicho sistema, en la mayoría de las veces recae en la subjetividad colectiva e individual, encargada de influir en la producción de las reglas dentro del grupo, y a la vez, incentiva la reafirmación de la identidad de manera inconsciente. Recordemos lo que nos dice Max Weber, autor de *Economía y Sociedad* (1922) con respecto al grupo étnico:

Llamaremos “*grupos étnicos*” a aquellos grupos humanos que fundándose en la semejanza del hábito exterior y de las costumbres, o de ambas a la vez, o en recuerdos de colonización y migración, abrigan una creencia subjetiva en una procedencia común, de tal suerte que la creencia es importante para la ampliación de las comunidades (2002:33).

Entonces, observamos cómo las subjetividades y las creencias, sobretodo colectivas, aparte de servir de recursos en las reivindicaciones políticas, territoriales, culturales y religiosas, también tienen su instrumentalización económica en los contextos del turismo, es decir, tiene su expresión y se instrumentalizan en situaciones donde se hace visible el *orgullo étnico*. Weber se refiere al orgullo étnico como: “el honor específico de la masa porque es accesible a todo aquel que pertenece a la comunidad de origen, creída subjetivamente. (Weber, 2002:523).

Varios registros etnográficos, dentro del contexto del turismo, me ayudaron a comprender de manera práctica el planteamiento de Weber, acerca de cómo el *honor étnico* influye en la instrumentalización mercantil de la etnicidad en el contexto del turismo. En Santiago Atitlán escuchaba constantemente a los guías de turistas locales las frases de: *Los tz’utujiles somos fuertes, hemos resistido a los ataques del ejército, y ahora, somos excelentes comerciantes y hasta guías de turistas somos, ¡calidad!*

El *honor étnico* también se ve expresado en discursos locales que apelan a un cierto tipo de sentido de pertenencia, en el caso que abordo el discurso de la *ancestralidad*<sup>6</sup> cobra importancia, entendida como aquella que se construye de hazañas pasadas grupales, en un lugar y tiempo míticos, y que son la base para la construcción de recursos discursivos que son utilizados para fines políticos, territoriales, lingüísticos, culturales y mercantiles; hoy en día *la ancestralidad* en Santiago Atitlán ha incursionado en espacios como instrumentos discursivos para la atracción turística.

---

<sup>6</sup> El trabajo de tesis de maestría de María José Pérez Sián, titulado: “Herederas de las abuelas. Los cargos de Xuo y Texel en las casas principales de Santiago Atitlán, Guatemala, es un claro ejemplo del uso político que se le da a la ancestralidad para reivindicar cargos tradicionales.

Como dato etnográfico, comencé a observar que algunos actores sociales, en específico los guías locales, que mantenían relación directa con los turistas, hacían alarde de su peculiar *honor étnico*, recurriendo a otorgarle valor turístico a un hecho histórico del pasado, ocurrido el 2 de diciembre de 1990,<sup>7</sup> pero éste ya no era usado como estrategia de reivindicación política, sino como un instrumento de construcción de discursos puestos al servicio del turismo. En él se habla de cómo la comunidad expulsó al ejército de su territorio después de que éste había masacrado a trece integrantes del pueblo.<sup>8</sup> Este nefasto hecho, dio la pauta para que el ejército se retirara de todas las comunidades indígenas del país, y fue lo que impregnó de una especie de status étnico a los pobladores de Santiago Atitlán.

El discurso de la *ancestralidad* también se ve reflejado durante los recorridos de los guías de turistas locales que realiza con los turistas por diversos lugares del pueblo. Algunos de ellos se referían a los lavaderos comunitarios como “el lugar de las lavanderías ancestrales”; en otro sitio: en la cofradía de la Santa Cruz, lugar de culto al Rilaj Mam, se presentaba como el principal ancestro de la comunidad.

Para abonar el planteamiento teórico, retomaremos a Barth (1976:20), acerca de “la identidad étnica, considerada como *status*, que está sobrepuesta a la mayoría de los demás *status*, la que define las constelaciones permisibles de *status*, es decir, de personalidades sociales que puede asumir un individuo con tal identidad”. Si partimos de la premisa de Barth,

---

<sup>7</sup> De hecho la cabaña donde me hospedé en mi reciente trabajo de campo (diciembre 2016, enero y febrero de 2017) tenía por nombre “estación 2 de diciembre” y que es propiedad de una persona de la ciudad de Guatemala que en varias ocasiones se ha solidarizado con la situación del pueblo y ha prestado su propiedad para que la comunidad de Santiago Atitlán haga uso de ella en caso de alguna contingencia natural (como la Tormenta Stan en 2005) o política.

<sup>8</sup> El informe presentado por el Comité Pro Seguridad y desarrollo de Santiago Atitlán publicado por UDEFEGUA y Protection International en mayo de 2011 narra minuciosamente la experiencia de Santiago Atitlán durante la época del conflicto armado interno donde explican los sucesos ocurridos en diciembre de 1990 y la creación del Comité a principios del próximo año. <http://protectioninternational.org/wp-content/uploads/2013/09/Cuaderno-N%C2%BA-1-La-experiencia-del-Comite%CC%81-Pro-Seguridad-y-Desarrollo-de-Santiago-Atitlan.pdf> fecha de consulta: 30 de mayo de 2017.

que considera a la identidad étnica como un *status*, esto nos conduce al planteamiento de que el individuo y la comunidad pueden instrumentalizar su *status étnico* en cualquier contexto y momento, es decir, pueden jugar con su *status* étnico en diferentes campos sociales.

Por lo tanto, el *honor étnico* al que se refiere Weber y el *status* que describe Fredrik Barth, auxilian a posicionar a nivel personal y colectivo, en lo político, cultural y económico a los grupos étnicos. En otras palabras, el *status*, *orgullo étnico* y, en caso particular, la *ancestralidad*, son sentimientos étnicos colectivos que se usan en diferentes contextos y sirven de herramientas discursivas en momentos críticos del individuo y su colectividad, así como para posicionarse en el mercado; aunque no por ello dejan de remitirnos a significados compartidos de sentimientos de origen, lugares, memoria colectiva o momentos míticos de la cultura que ostentan los pueblos indígenas.

Pero, el *honor étnico* y el *status étnico*, en muchas ocasiones solo sirven de vehículo para rescatar, posicionar e intercambiar sólo algunos bienes culturales, por lo general éstos bienes suelen ser los más atractivos y singulares que tienden a salir temporalmente del circuito local, es decir, son adoptados en otras esferas sociales, o en nichos mercantiles externos, donde se les dotan de valores estéticos y económicos para ser consumidos por específicos sectores sociales, donde se inserta el sector turístico.

### c) *La identidad múltiple*

En la vida cotidiana y más aún en el contexto del turismo cualquier individuo de Santiago Atitlán es portador de varias identidades étnicas particularizadas, según el espacio y rol que esté desempeñando en un momento determinado. Perla Petrich (2004) hace referencia a la *identidad múltiple* para señalar los cambios ocurridos en el lago de Atitlán en los últimos veinte años, como ya señalé, provocados por la entrada del turismo, la televisión por cable,

el internet y nuevos estilos de vida que reproducen las generaciones de jóvenes, reconfigurándose constantemente por el tipo de personas o instituciones con quienes se tenga relación social.

Las continuas conversaciones con personas de Santiago Atitlán me permitieron comprender a profundidad lo que Petrich nombra *identidad múltiple*. Varios pobladores de Santiago Atitlán se posicionan ante los visitantes y turistas haciendo uso de diversas identidades particularizadas, tomando como base su identidad tz'utujil, algunas veces eran agricultores, otras guías de turistas, trabajadores en fundaciones, lingüistas, o bien, comerciantes en la capital, que, por supuesto obedecen a las lógicas neoliberales.

#### *d) La vida cotidiana*

Durante mis estancias en campo (2016 y 2017) me llamó la atención la actividad turística de un grupo de señoritas, que viven en las aldeas cercanas al casco urbano, su trabajo consiste en llevar a visitantes extranjeros a sus aldeas, en específico, a hospedarlos en sus casas para mostrarles su vida cotidiana en formato de *tour*. Bajo el rubro de *turismo solidario* o “consciente” los turistas son recibidos en sus núcleos familiares, que les ofrecen la experiencia de vivir unos días en su cotidianidad familiar para adentrarlos en los saberes y prácticas realizadas a diario.

El concepto de *vida cotidiana* de Ágnes Heller, es de utilidad para observar cómo el turismo ha incursionado en espacios que anteriormente eran destinados a la reproducción doméstica y sobre todo, al interés por la labor antropológica. Recordemos el significado de la vida cotidiana: “conjunto de actividades que caracterizan la reproducción de los hombres particulares, los cuales, a su vez, crean la posibilidad de la reproducción social” (1994:19). Bajo este tenor, también es de utilidad el concepto *saber cotidiano*, de la misma autora, que

define como: “la suma de los conocimientos de la realidad que se utilizan de un modo efectivo en la vida cotidiana del modo más heterogéneo” (pág.: 317)”.

Estas definiciones me auxiliarán para analizar los procesos de turistificación promovidos por la empresa *Mayan Life Travel*. Lo interesante es analizar cómo se vuelven turistificables el conjunto de actividades cotidianas para su diversificación económica por un lado y por otro, satisfacer las exigencias turísticas, que cada vez quieren ir más allá, adentrándose en conocer los modos de vida autóctonos, que están en constante transformación y que, probablemente en un futuro, correrán el riesgo de convertirse en actividades cotidianas simuladas, como lo advierte Van De Berghe (1994), o en formato de “sets étnicos” (Little, 2007) o, bien, como “museos vivos auténticos” (Gloster, 2102).

Para llevar a cabo dicha tarea, las señoritas, ahora con status de *etnoempresarias*, que les ha dotado la política del empoderamiento, promueven turísticamente las actividades cotidianas de sus familiares: textiles, pescadores, elaboradores de petate de tule, caficultores, entre otros oficios, para hacerle frente a su precaria economía. Por lo tanto, ya no basta con enajenar la producción de la cultura material (artesanías) y sus “productos populares”, como anteriormente se comercializaba, en la actualidad se observa que se ha incorporado a las personas quienes producen dichos objetos, así como el resto de sus acervos culturales intangibles. Tal como lo propone el antropólogo Néstor García Canclini en su libro, *Las culturas populares en el capitalismo* (1989:15), en esta nueva fase, el neoliberalismo ha incorporado la parte restante: a la gente que los hace y su cultura inmaterial, susceptible también de mercantilarla.

El capitalismo, sobre todo el dependiente, con fuertes raíces indígenas, no avanza siempre eliminando las culturas tradicionales, sino también apropiándose de ellas, reestructurándolas, reorganizando el significado, y la función de los objetos, creencias y prácticas. Sus recursos preferidos son el reordenamiento de



la producción y del consumo, en el campo y en la ciudad, la expansión del turismo y las políticas estatales de refuncionalización ideológica (García Canclini, 1989:17).

Con todo esto me refiero al impulso de un modelo turístico en donde las artesanías, prácticas cotidianas, paisajes, lugares sagrados, y espiritualidades, se presentan en forma de “tours” para diversificar una economía que se sustente en la identidad de los pueblos indígenas, a través de la actividad turística.

*e) La economía de la identidad*

Resulta interesante analizar en lo que se han convertido las demandas políticas de la mayoría de las sociedades indígenas en América Latina, han sido reducidas a meras cuestiones de tipo cultural. Pareciera que en la mayoría de los estados latinoamericanos donde se ha puesto freno a la participación política de las regiones étnicas, se ha optado por el *placebo* de impulsar algunas reformas secundarias que han abierto pocos espacios de verdadera inclusión social, como son la revalorización de los idiomas, la educación con pertinencia cultural y el reconocimiento de espiritualidades ancestrales; estas últimas sobre todo, utilizadas para promover una imagen cosificada de los pueblos indígenas, insertándolas en el mercado del turismo espiritual.

En el caso de Guatemala, las políticas empleadas hacia las poblaciones indígenas no difieren mucho del resto de los casos de Latinoamérica. Los espacios jurídicos que se abrieron tras el periodo de la guerra interna no tocaron lo verdaderamente esencial, que son los derechos sobre territorios ni sobre el reconocimiento de sus derechos consuetudinarios, sin embargo los espacios que se abrieron fueron en su mayoría de reivindicaciones culturales que sirvieron para reproducir y comercializar las expresiones étnicas folclorizadas de los pueblos mayas, muchas de ellas desvinculadas para generar conciencia étnica y del quehacer

político. Recordemos que al llegar la firma del *Acuerdo de Identidad y Derechos de los Pueblos Indígenas* en 1996 —donde venía incluido el *Acuerdo sobre Espiritualidad y Lugares sagrados*—, se produjo el caldo de cultivo para la promoción de la emergente economía turística basada en la identidad de los pueblos indígenas.

Como lo indican los antropólogos africanistas Comaroff, la etnicidad “ha adquirido características de empresa, se va transformando en una mercancía imbricada en la economía de la vida cotidiana (2011:9). En el contexto del turismo étnico, este cambio produjo un efecto interesante, que los autores de *Etnicidad S.A.* (2011) conceptualizan como *economía de la identidad*, entendida como “aquellos que procuran estampar una marca distintiva de su otredad, aprovechar lo que los hace diferentes y que se ven en la necesidad de hacerlo en los términos universalmente reconocibles, con los cuales la diferencia se representa, se comercializa, se hace transable: por medio del mercado” (Comaroff y Comaroff, 2011:45).

Para dichos autores esta “nueva” economía, sustentada en mercantilizar los modos de vida vernáculos, se refleja en varias iniciativas: personales, familiares y/o comunitarias, entre ellas las de las señoritas integrantes de *Mayan Life Travel*, que administran su pequeña *etnoempresa*, poniendo a disposición del turismo sus particularidades culturales. Recordemos que para los Comaroff:

La *etnoempresa* implica la administración y comercialización de productos y prácticas culturales, *qua* propiedad intelectual, es decir, como fuentes de valor, como capital exclusivo inseparable del ser y de los cuerpos de los propietarios-productores; crea nuevas oportunidades para producir, controlar y redistribuir el valor (...) La transformación de la cultura en mercancía puede consolidar antiguas líneas de desigualdad, pero también puede llevar a nuevas formas de exclusión, fomentar la concentración del poder y crear tanto pobreza como opulencia” (2011:85-86).

Con base en lo anterior, entiendo por *etnoempresa* a la acción individual y colectiva que sujetos pertenecientes o no a la comunidad indígena emprenden negocios para mercantilizar

algunas expresiones culturales (tangibles e intangibles) en diferentes rubros. Por otra parte, retomaré la categoría de *etnomercancía*, para explicar la comercialización de algunos objetos de la cultura material y prácticas culturales que salen de su circuito tradicional y se insertan para su comercialización exótica en circuitos externos; entendidas como: aquellas mercancías (objetos y prácticas) que son producidas bajo ciertas características culturales y son sus mismas especificidades culturales a las que se inserta otro tipo de valor para posicionarse en mercados particulares, donde se enarbolan como auténticas. Por lo tanto, la producción de estos objetos y su significado de autenticidad, adquieren un valor simbólico extra, que anteriormente no tenía. Una fetichización de la mercancía a partir de la cultura.

En Santiago Atitlán, algunos de los consumidores de estas *etnomercancías* (turistas), ya no se conforman con adquirir artesanías en las tiendas del andador turístico. Les era insuficiente comprarlas sobre la *calle gringo* o en el muelle, querían ir al lugar donde éstas se producen. Varias familias que viven en el casco urbano del pueblo comenzaron a recibir a grupos de turistas en sus casas-talleres para que observaran el proceso de elaboración de los textiles, por lo general caminos de mesa. Los turistas llegaban de dos formas: por medio de las agencias turísticas de Panajachel, que ofrecen *tours* étnico culturales a diversos pueblos de alrededor del lago, o por el trabajo social de las ONG's, que, siguiendo la lógica de las agencias de viajes: muestran a sus patrocinadores o "turistas solidarios" la vida cotidiana de las familias tz'utujiles, lugar en donde se producen las artesanías.

En el municipio existe el antecedente de un grupo de tejedoras que, organizadas por una activista extranjera, se asociaron en la década de 1980 y emprendieron su pequeña empresa de textiles, de nombre *Cojolya*,<sup>9</sup> donde no sólo se ponía en valor la técnica de la

---

<sup>9</sup><https://www.cojolya.org/> fecha de consulta: 12 de marzo de 2017.

prenda, sino otros aspectos, propios de las mujeres. Así se comenzó a ponerse en valor ciertos elementos de género, culturales, sociales y políticos, en torno a la producción de una mercancía (artesanía).

Una vez descrito el aparato crítico que tiene la investigación, en los siguientes capítulos se ponen en discusión los conceptos con los datos etnográficos para explicar de mejor modo el tipo de turismo que se desarrolla actualmente en Santiago Atitlán.

## ***CAPITULO II: El turismo contemporáneo en el Lago de Atitlán***

### *Introducción*

Mi propósito en este capítulo es acercar al lector a la dinámica turística contemporánea de algunos municipios del Lago de Atitlán, que obedece, como diría Genet (2012: 43) a “dos aspectos de la globalización estrechamente ligados: la expansión y la segmentación del mercado turístico”.<sup>10</sup> Los municipios seleccionados, Panajachel, San Pedro la Laguna, San Marcos la Laguna y San Juan la Laguna, destacan porque en ellos se ha promovido el turismo étnico en diferentes décadas del siglo XX. Esto unido a la constante necesidad de los productores y consumidores de autenticidad y exotismo de dotar de nuevos atributos, cualidades y valores a determinados lugares, mercancías, prácticas rituales, conocimientos, bienes y experiencias que anteriormente no tenían y que hoy en día se han insertado a los llamados mercados singulares.<sup>11</sup>

Para fines de exposición, comenzaré por describir el contexto actual por el cual se despliega el turismo étnico en Guatemala, con la intención de brindar, de forma general, los momentos políticos que permitieron construir el corpus de adecuaciones del Estado de Guatemala del siglo XXI que influyeron directamente en la promoción del turismo étnico.

Continuaré realizando una descripción etnográfica del contexto turístico de Panajachel, centro estratégico de las operadoras turísticas que realizan *tours* a los municipios de alrededor

---

<sup>10</sup> Para dicho autor “la globalización turística se relaciona con el proceso de individualización, específicamente con tres aspectos: 1) las nociones relacionadas con el placer, el descanso y el tiempo de ocio; 2) las nociones ligadas a la aventura, el riesgo medido, calculado, y 3) la conciencia ambiental ligada al consumo” ( Genet, 2011:46).

<sup>11</sup> Igor Kopytoff, inspirándose en Durkheim (1912) nos relata en su artículo *La biografía cultural de las cosas: La mercantilización como proceso*, que las sociedades necesitan colocar aparte ciertos elementos de su entorno, clasificándolos como “sagrados”, la singularización es un medio para lograr ese fin... Tal singularización se extiende a cosas que normalmente son mercancías, extrayéndolas de la esfera mercantil usual, o mediante una mercantilización restringida (1991, 99-100).

del lago de Atitlán. Destaco que este municipio, desde hace casi un siglo se ha especializado en promover el turismo étnico en las aldeas de alrededor del lago. Aprovecho el apartado para realizar un breve análisis en el controvertido museo lacustre de Panajachel, ejemplo de despojo de patrimonio arqueológico y lucha por comercializarlo.

Los siguientes apartados, para contrastar el caso de Santiago Atitlán, describo tres municipios: San Pedro, San Marcos y San Juan la Laguna, territorios que han diversificado su economía para prestar servicios turísticos, haciendo uso de sus acervos culturales con el fin de cubrir una demanda cada vez más difícil de complacer por la diversidad de los consumidores. Esta diversidad de ofertas turísticas va desde el ideal del “turismo étnico comunitario”, como en el caso de San Juan la Laguna, pasando por el “turismo de drogas” (Bowker, 2012), y cosmopolita de San Pedro La Laguna, hasta el “turismo esotérico”, *new age*, que se observa en San Marcos La Laguna.

El último apartado lo dedico a una breve historia de la consolidación del Instituto Nacional Guatemalteco de Turismo (INGUAT). Abordo el caso de la marca *Guatemala. Corazón del Mundo Maya*, creado para promover el turismo y “generar marcas a partir del legado cultural” (Comaroff y Comaroff, 2011:184) y termino por describir los proyectos que actualmente se desarrollan en Santiago Atitlán, en particular el caso del proyecto Comité de Autogestión Turística (CAT), que reúnen a pequeños empresarios ladinos o de la elite guatemalteca, que subordina y excluye a otros actores locales claves, principalmente a indígenas mayas que se han dedicado al turismo durante décadas.

### *2.1 El contexto político actual en el cual se inscribe el turismo étnico en Guatemala*

Guatemala es un país pluriétnico, lo conforman 24 grupos étnicos, de los cuales 21 son de ascendencia maya. También cuenta con gran diversidad en términos geográficos y

ambientales, en sus territorios podemos encontrar medio centenar de volcanes, lagos, ríos, montañas y climas favorables, tanto para la agricultura como para la explotación turística.

El lugar donde se enfoca esta investigación tiene una riqueza cultural y belleza paisajística única que sirve como escenario para albergar una milenaria población étnica maya, principalmente tz'utujil y kaqchiquel, portadora de tradiciones y cosmovisiones indígenas. Viajeros como Alexander Von Humboldt y el escritor Aldous Huxley a principios del siglo XX quedaron impresionados por la singular belleza del lago.

El Lago de Atitlán se ha convertido en un lugar de interés antropológico y de atractivo para viajeros y turistas desde principios del siglo XX, que coincide con la expansión de mercados y rutas comerciales que se desarrollaron por la apertura del canal de Panamá. El interés por el lugar ha provocado más de un siglo de explotación turística, el cual sólo disminuyó en la década 1980 y 1990 a causa del conflicto armado interno y se incrementó aceleradamente en las últimas tres décadas.

Para Guatemala, durante buena parte del siglo XX, el modelo económico se basaba en una economía de plantación o economía finquera (sustentada en la producción del café y diversas frutas tropicales), y para diversificarla, al entrar al siglo XXI, el Estado-nación ha apostado por las divisas que genera el turismo internacional, sustentadas en los atractivos arqueológicos, naturales y culturales que el país ofrece, a través de la creación y promoción de una *marca-nación*. Para lograr esos objetivos, el Estado ha retomado discursos basados en la gestión de la diversidad étnica. En esta nueva incursión, el Estado se ha valido del turismo para voltear de nueva cuenta su mirada a las zonas de refugio: donde las poblaciones

indígenas viven y reproducen su vida cotidiana con la finalidad de incorporarlas a una economía neoliberal.

Observamos que en las últimas tres o cuatro décadas, a partir de que opera la política neoliberal en Guatemala, que se incorporó al modelo en 1997, se ha impulsado una nueva manera de gestionar la diversidad étnica y cultural. Esta manera de manipular la diferencia surgió de la demanda, movilización y trabajo colectivo de organizaciones indígenas, que impulsaron una serie de cambios ideológicos por el reconocimiento de sus derechos territoriales, políticos y culturales; posteriormente, parte de estas demandas se incorporarían a las políticas públicas y los estados nacionales se vieron obligados a implementarlas. De este “estira y afloja” surgen peculiares modelos empresariales en los Estados y en las organizaciones indígenas para gestionar la diversidad étnica.

El Convenio 169 de la OIT sobre Poblaciones Tribales en Países Independientes, es considerado el primer aporte significativo que originó una avalancha de luchas y reivindicaciones políticas e identitarias, gran parte encabezadas por organizaciones campesinas e indígenas, mediante el soporte de organizaciones internacionales de derechos humanos, para frenar la asimilación cultural y criticar la noción prevaleciente de que los Estados-naciones eran monoculturales, por lo tanto desiguales. Con la promulgación del Convenio se empezó a reconocer la diversidad cultural con el fin de lograr, aunque sólo en papel, un desarrollo igualitario. Con la promulgación del Convenio 169 de la OIT, el discurso multicultural se trasladó de las organizaciones indígenas a las políticas públicas en toda Latinoamérica. En Guatemala con una característica particular, ésta coincide y se vincula con la firma de los Acuerdos de Paz, iniciados en 1991 y concluidos en 1996, y con la firma de otra docena de acuerdos, entre ellos el *Acuerdo de Identidad y Derechos de los Pueblos*



*Indígenas* (AIDPI), firmado el 31 de marzo de 1995 en la Ciudad de México. Éste Acuerdo provocó rechazo —durante la consulta celebrada en 1999— por una parte de la población civil y por la clase política y empresarial, ya que no estaban de acuerdo con las propuestas de reformas a la Constitución. Bastos y Cumes (2007:19) señalan que el proceso de paz dio apertura a una serie de posicionamientos y discursos que legitimaron a ciertos actores sociales, ajenos a los procesos políticos, y son estos discursos y actores los que en última instancia el Estado retomó y negoció para la aplicación de sus política públicas, como el enfoque de la pertinencia cultural.

Ahora bien, estos discursos, retomados por el Estado, tienen influencia directa en los derechos culturales, pero al aplicarlos pierden su capacidad política, promoviendo sólo algunos, es decir, sólo “los culturales-turistificables”.

David Harvey (2007: 418) sostiene que la cultura, sus elementos culturales, en específico (incluyo los modos de vida vernáculos y sus acervos culturales), adquieren un carácter especial en el contexto neoliberal: se han convertido en un tipo de mercancías; en el mismo tenor, el matrimonio de antropólogos sudafricanos de los Comaroff les llama *etnomercancías*, porque se sustentan en la identidad cultural de quienes las producen, apartadas de las mercancías ordinarias y convertidas en *productos culturales*.

La Guatemala actual vive hoy un período caracterizado por lo que Bastos y Cumes llaman como “normalización multicultural de la gestión de la diversidad”, que se caracteriza por dos procesos políticos que no están separados, el primero es aquel promovido por el Estado mediante el trabajo político, y el otro es a nivel cultural, promovido por la fundaciones internacionales y grupos culturales locales desvinculados de la lucha política, “donde se promueve una definición cultural y excluyente de lo maya” (Bastos y Cumes, 2007:7): como

bien indican los autores, “se empieza a generar un uso *políticamente correcto del discurso de la multiculturalidad* por actores que no tenían ningún tipo de compromiso con la transformación de la ideología y las practicas asociadas a la etnicidad (Bastos y Cumes, 2007:19). Por lo que considero que esto ha dado como resultado una enorme distancia social entre la población, provocada por su historia misma de exclusión, implementación de políticas neoliberales y la entrada a la globalización en el siglo XXI, de lo que antaño se consideraba propio de las culturas indígenas.

Con base en estos mismos autores, entiendo que Guatemala sufre a finales del siglo XX un cambio de paradigma étnico-identitario: se instaura la “*mayanización*” de la política guatemalteca. De “indios” e “indígenas”, como históricamente se les había nombrado, pasan a una nueva identificación: estos sectores se empiezan a autodefinirse como “Mayas” (2007:11-12), lo que considero ha generado toda una serie de discursos e interpretaciones en torno a su uso, a tal grado que el término “maya” se empezó a mercantilizar por políticas turísticas, impulsadas en un principio por el Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT).<sup>12</sup>

Coincido con los autores acerca de que este cambio de paradigma produjo una nueva manera de “administrar la diversidad cultural y étnica”, tanto por el Estado, como por las organizaciones involucradas. Uno de los escenarios donde inmediatamente se observó, es en el turismo, que se convierte en el principal agente y promotor de la diversidad étnica, dando

---

<sup>12</sup> Veamos las campañas que el INGUAT ha promovido, en donde el término de lo maya está incluido: En una nota periodística de *Prensa Libre* publicada el 15 de agosto de 2015. Se anuncia la creación de una nueva marca e imagen del país, tomando el ejemplo de la marca *Colombia* y la marca *Perú*. La campaña que el INGUAT había promovido en los últimos años se llama: *El corazón del mundo maya*, le antecedieron: *Espíritu maya* y *Alma de la Tierra*. La creación de la nueva marca país obedece a la tendencia de ver a las naciones como empresas. Link: <http://www.prensalibre.com/economia/marca-pais-en-construccion> fecha de consulta: 11 de marzo de 2017

énfasis a los “aspectos culturales”, tales como los estilos de vida tradicionales, la cosmovisión y la espiritualidad.

Pero la intención de este apartado no se centra en analizar históricamente las demandas, derechos políticos, económicos y culturales; más bien se enfoca en describir cómo el Estado nacional, la cooperación internacional, algunas organizaciones indígenas, la población indígena en general -que ha interiorizado la dinámica neoliberal- y la iniciativa privada, que se involucra en el negocio del turismo étnico en el Lago de Atitlán, hacen uso de estos temas y continúan instrumentalizando la etnicidad, pero más allá del plano político, ahora en el contexto del turismo, como un nuevo modo de gobernar o gestionar la diversidad étnica en el siglo XXI.

A partir de la década de los noventa, empiezan a surgir toda una serie de iniciativas étnico-mercantiles que van encaminadas, precisamente, a abrir a la globalización los modos de vida vernáculos, al estilo de las “aldeas culturales” que surgieron en la década de 1980 en Sudáfrica, estudiadas por los Comaroff y Comaroff (2011:25).

En Guatemala se ha desarrollado una economía de la identidad, enajenada principalmente por el empresariado turístico de la elite nacional y extranjeros, y en menor medida por indígenas mayas que, dentro del contexto de la lógica neoliberal, comercializan con particulares mercancías étnicas, lugares, prácticas y rituales, enfocadas al consumo exótico, que específicos sectores poblacionales consumen, siguiendo ciertos estilos de vida.

En esta dinámica los objetos, mercancías o experiencias turísticas son cargadas de una especie de aura *ancestral*,<sup>13</sup> promovidas bajo el eslogan de experiencias *auténticas*,<sup>14</sup> que influyen en el valor social que se les otorga. Escalona (2016:276), señala que éstas mercancías (a las que agregaría prácticas y lugares) se han *sobrefetichizado* con un “otorgamiento de formas y significados sociales específicos al objeto, a tal grado que le dotan de una apariencia, e influyen ulteriormente en su valor de uso y mercantil, en el mismo proceso de producción de los objetos y del gusto por estos objetos”.

## 2.2. Acercamiento a Panajachel

Panajachel (más conocido en el lengua popular del área como “Gringotitlán” o “Gringojachel” con una población que se estima, asciende a las 20 mil personas,<sup>15</sup> se ha especializado en la atención al turismo recreacional y étnico desde hace casi un siglo.<sup>16</sup> Sus particularidades culturales, sobretodo materiales, se han mercantilizado desde la llegada de los primeros grupos de turistas norteamericanos, atraídos por las campañas de promoción turística, lanzadas durante la dictadura de Ubico (1931-1944), según describe Walter Little

---

<sup>13</sup> Siguiendo la propuesta teórica del matrimonio de los Comaroff el término *ancestralidad*, que nos remite a una conciencia nueva que sobrepasa el discurso de lo político para posicionarse como política económica creadora de innovación “que está en pugna con las interpretaciones convencionales de la “cultura” en cuanto “legado” o “costumbre”, “propiedad intelectual”, libre de la mirada del antropólogo, ni al alcance de todos por el bien común (2011:12).

<sup>14</sup> Joan Frigolé se refiere a la autenticidad como “una iniciativa impulsada por el Banco Interamericano de Desarrollo en el marco de una economía política de la autenticidad que permite dar cuenta del protagonismo del Estado y de las instituciones transnacionales con relación al descubrimiento y creación de nuevos tipos de riqueza, así como también de su apropiación por parte de ciertos algunos pobladores y la marginación de otros (2014:57).

<sup>15</sup> El último Censo nacional que realizó el INE, fue en el año de 2002, Panajachel registró un total de población de 11142 personas. Debido a la migración que atrae la actividad turística, esta cifra ha sido superada.

<sup>16</sup> Perla Petrich en su libro titulado Historia, Historias del Lago de Atitlán. Ensayo de Antropología Histórica (1999) nos da cuenta que a partir de 1885-1888 se construye el primer hotel en Panajachel y aparece el primer barco de vapor para pasear a los turistas alrededor del Lago. Para la década de 1930 comienzan a construirse las primeras casas de descanso, de las que también el antropólogo Sol Tax (1935) en su libro titulado “la economía del centavo” narra, que en ocasiones él fungía para sus connacionales como testigo en los contratos de compra-venta que se comenzaron a llevar a cabo.

en *Mayas in the Market Place* (2004). El autor enfatiza en la influencia que tuvieron las investigaciones antropológicas de Sol Tax y su esposa, Gertrude, en Panajachel, San Pedro La Laguna, San Antonio y Santa Catarina Palopó. Según su análisis, las comunidades promovieron la comercialización de tejidos a los turistas, que en un principio se mercantilizaban para uso local, debido a que el matrimonio Tax alentaba a los pobladores de Santa Catarina Palopó a expandir su mercado al turismo norteamericano y europeo que comenzaba a visitar los alrededores del lago: “Si tejieran más, podrían vender a los turistas por un montón de dinero... ¿saben que más y más turistas estadounidenses y del resto del mundo, están viniendo aquí para comprar textiles de los indígenas?” (Tax, 1946: 108, en Little, 2004:236).

Otra obra de carácter antropológico que, promocionó el trabajo textil del Altiplano de Guatemala, su posterior comercialización y singularización para el turismo, es el de Lila M. O’Neale, realizado en 1936 por encargo de la Institución Carnegie de Washington: *Textiles of Highland Guatemala*, publicado por el Seminario de Integración Social Guatemalteca en 1979. En el prefacio la autora agradece al Dr. Tax y a su esposa su ayuda., con quienes vivió y realizó diversos viajes para documentar las técnicas usadas (1979:11), En él documenta detalladamente las técnicas de elaboración y los materiales que los artesanos empleaban en los textiles. Pidió a los artesanos que representaran sus técnicas para que ella las pudiera describir en su obra. Sin saberlo, la escenificación de las actividades textiles que solicitaba la antropóloga norteamericana a las familias tejedoras, transformó una práctica cotidiana en un atractivo turístico. Lo que empezó como un registro etnográfico, la muestra de las técnicas textiles, actualmente forma parte de los atractivos turísticos que se ofrecen en servicio de tour.

En la actualidad, en San Juan La Laguna y Santiago Atitlán he observado que las *etnoempresas* de guías de turistas locales, en asociación con familias tejedoras, ofrecen tours, de cómo se elaboran los tejidos. Pero, la lucha por la clientela turística ha traído nuevos escenarios de disputa por el espacio turístico, sobretodo en la parte de los muelles. Surgen liderazgos al interior de la dinámica turística. Por ejemplo, en San Juan La Laguna han surgido fricciones entre la asociación de guías de turistas comunitarios Rupalaj K'istalin y los conductores de mototaxis (tuc-tucs) que por poseer un transporte motorizado, bajan hasta la entrada de muelle e interceptan a los turistas para ofrecerles sus servicios de transporte y llevarlos a casas de tejedoras con las que ellos han hecho asociación. Y esto ha ocasionado enojo con los guías locales, a tal grado que el presidente municipal tuvo que mediar para solucionar la situación. O en Santiago Atitlán, donde sucede algo similar, solamente que los conductores de las mototaxis de este municipio, tienen discursos negativos, que consisten en meterles desconfianza a los turistas acerca de que no vayan a ser asaltados.

El turismo étnico y cultural<sup>17</sup> que comenzó a operar en la década de 1930, actualmente ha sido diversificado por la variada cantidad de iniciativas que obedecen a satisfacer los gustos de un turismo cada vez más segmentado. Esto se puede verificar en las agencias de viaje de la avenida Santander en Panajachel y en los paseos que se ofrecen: ascenso a volcanes, observación de aves, agroturismo, “turismo de pobreza”, arte textil, espiritual, pesca o religiosidad popular. Mismos que están trasformando aceleradamente poblaciones, territorios, economías, y al que cada vez más personas se integran: algunos

---

<sup>17</sup> Si nos adentramos un poco en la producción literaria de escritores-viajeros que comenzaron a describir en sus diarios de viaje su paso por Chiapas y Guatemala, se destaca el escritor Aldous Huxley, que visitó los departamentos de Chichicastenango, Antigua Guatemala y el lago de Atitlán mediante la contratación de servicios turísticos de la agencia Clark Tours, a la que se refiere Walter Little en su libro *Mayas in the Market place*, para conocer los mercados típicos de artesanías y los días de plaza (Little, 2004:102).

como empleadores, la mayoría como empleados y otros más como parte de la escenografía étnica o de espectáculo autóctono.

La iniciativa turística de conocer la vida cotidiana de las poblaciones mayas lleva ocho décadas de promoverse de diferentes maneras, Lo cual, me parece, coincide justo con la llegada de barcos de carga a los dos principales puertos marítimos ubicados en el Pacífico y el Caribe, y con ellos la llegada de antropólogos de universidades estadounidenses. Little sostiene que este tipo de atractivos se empezó a promover durante la Feria Nacional de La Aurora, aprovechada para que el dictador Ubico festejara su cumpleaños y promoviera inversiones extranjeras. Durante esta celebración se mandó construir la escenografía de un típico pueblo campesino llamado: “El Pueblo Indígena”. En él se exhibieron algunos elementos de la cultura material de los pueblos mayas para que los extranjeros conocieran la diversidad étnica de Guatemala y adquirieran sus artesanías (2004:206-207).

La industria turística creció rápidamente a partir de la década de 1930, sobretodo en Antigua Guatemala, Chichicastenango y Panajachel. Actividad al principio regulada por una asociación de empresarios, hasta que el dictador Ubico creó la primera oficina de Turismo, adscrita a la presidencia. En lo que respecta a la fase moderna, el Instituto Guatemalteco de Turismo surgió a finales de la década de 1960. Con posterioridad, entre 1980 y 1993 la actividad turística disminuyó considerablemente debido al conflicto armado interno que sufrió todo el país y en particular la región del lago. Ésta se volvió a incrementar a partir de la segunda mitad de la década de 1990, justo después de que se firmaron los Acuerdos de Paz y con la entrada en vigor del Tratado de libre Comercio. Actualmente en las temporadas altas de turismo: verano e invierno, arriban a Panajachel miles de personas de distintas

nacionalidades y de todos los estratos sociales. Cuenta con lujosos hoteles, en los que se llega en helicóptero, y sencillas posadas de propiedad familiar.

La inserción de Guatemala al mercado turístico internacional comienza a partir de la década de 1990 utilizando principalmente los recursos culturales, basada en la presencia de numerosos grupos indígenas (Sánchez, Mollinedo y Propin, 2012). En este sentido, el sector turístico ha contribuido con el 14% del PIB guatemalteco, generado cerca de 1 200 millones de dólares (INGUAT, 2011).

Villa Lupita es una posada familiar cercana al templo católico y al mercado municipal, ubicados en la zona popular urbana. En esta sección todavía la dinámica poblacional responde a la vida cotidiana de la gente local. La posada es atendida por la familia propietaria, que ahí mismo vive. La familia comenzó su negocio hace 20 años rentando un cuarto extra de la casa. La demanda de alojamiento hizo agrandar la vivienda, ahora con 16 cuartos. A los huéspedes, según “Don Gus”, el padre de la familia, “les gusta nuestra posada porque está alejada del bullicio de los bares y porque aquí no se permiten escándalos en las noches”. Las habitaciones son sencillas, algunas con baño privado y otras con baño compartido. La ornamentación son elementos étnicos colocados en las paredes: una pintura paisajística, un personaje maya de los que venden en la avenida Santander, pintados en serie, o un textil viejo colgado de la pared. Las terrazas están adornadas de macetas con exuberante vegetación, lo que produce frescura en el lugar. Las personas que se hospedan, en su mayoría son turistas extranjeros de la tercera edad, que viajan con un presupuesto reducido.



Prácticamente toda la economía de Panajachel gira alrededor de la industria del turismo. Muchas familias se dedican a esta actividad, pero sobresale la venta de textiles y recuerdos étnicos. Ya está lejos de ser el poblado que antaño etnografiaron por primera vez Gertrude y Sol Tax (1935-1941). Ya no es más aquella “economía del centavo” (Tax, 1964); ahora es una “economía de la identidad enfocada a consumidores de experiencias, lugares y de cosas exóticas” (Comaroff, 2011:12). Por ejemplo, en la avenida Santander se encuentra un peculiar restaurante que brinda “cenas culturales”, administrado por una pequeña familia que prepara diversos platillos regionales, estos se anuncian en idiomas mayas. Las señoritas que atienden portan indumentaria tradicional de los municipios representativos del Lago de Atitlán; todo acompañado de música en vivo de marimba y de la animación de su propietario, quien durante la cena va narrando fragmentos de mitos y pequeñas historias a sus comensales.

En mis traslados de San Cristóbal de Las Casas (lugar en que vivo y curso el posgrado) a Panajachel y viceversa, pude entablar interesantes conversaciones con operadores de los *shuttle* acerca de la producción y el consumo de textiles por el turismo en Panajachel. Reynaldo es un conductor de estos transportes que diariamente trasladan *gringos* por diversos lugares de Guatemala. El nació en Panajachel y como la mayoría de sus familiares y amigos está involucrado en el transporte de turistas. Su inquietud fue aprender a conducir y trabajar de operador de *tours*. Está casado con una mujer de Santa Catarina Palopó (comunidad donde, en la década de 1930, el matrimonio de los Tax hicieron observaciones etnográficas), cuya familia se ha dedicado por décadas a elaborar tejidos que surten a las tiendas de artesanías de Panajachel. Comenta Reynaldo que su esposa, al ver la poca ganancia obtenida de los textiles, decidió ayudarlo en la economía del hogar vendiendo café y pan afuera de la estación de camiones que van hacia la capital: “*Ya no es negocio los tejidos, a*

*mi esposa cada vez más se le dificultaba su venta. Los turistas y los dueños de las tiendas de reventa ya no quieren pagar el tiempo y el trabajo invertido (...) La convencí que mejor intentara con otro negocio y ahora gana más que yo” (Reynaldo, 35 años).*

Este es un ejemplo de la forma en que algunas familias han diversificado su economía en la incursión de otros negocios, aparte de la de la elaboración y venta de tejidos. Se pretende obtener ganancias durante todo el año y no solo en oleadas turísticas. El conductor del shuttle dice: *“la presencia del turismo es sólo por temporadas, ellos son los que tienen el pisto (dinero) para comprar tejidos, y cada vez toma más tiempo y cuesta más dinero su elaboración porque los materiales son muy caros; con la entrada de la venta de ropa de “paca” (usada, proveniente de Estados Unidos) la gente local ha dejado de vestir como sus padres o abuelos”.*

Y es cierto, en Panajachel el consumo de prendas tradicionales es un negocio exótico enfocado al turismo. Situación que difiere de Santiago Atitlán, donde el consumo local es más significativo. Sin embargo, aunque su costo es alto, y su elaboración tardada, hay talleres familiares que aceptan vender los trajes en abonos para que las personas, sobre todo los hombres, puedan adquirir un *skaw*<sup>18</sup> o bien las mujeres un *corte* nuevo y estrenen en los días festivos y en ocasiones especiales.

Al igual que en la ciudad de Oaxaca, San Cristóbal de Las Casas (México) y en Antigua Guatemala, en Panajachel se observa que no sólo las tejedoras locales se han especializado en la elaboración y venta de ciertos tipos de tejidos para el turismo (camino

---

<sup>18</sup>*Skaw* es el pantalón corto que usan la mayoría de los hombres del municipio de Santiago Atitlán. Debido a la entrada de ropa de paca, el pantalón tradicional es usado en ocasiones especiales o solamente por los hombres de avanzada edad.

de mesa, blusas bordadas a máquina, pequeños recuerdos), con el incremento de extranjeros, a partir de la década de 1990 ha llegado una migración de mujeres diseñadoras de modas interesadas en aprender las técnicas de los textiles. Este sector también ha transformado e innovado la estética de las prendas, lo que ha dado nuevas relaciones, apreciaciones y resignificaciones del comercio textil (pero eso es tema para otra investigación).<sup>19</sup>

Cabe recordar que, durante más de cien años de actividad turística el municipio ha recibido a cientos de familias guatemaltecas y de otros países centroamericanos que han migrado en búsqueda de nuevas oportunidades. En las orillas de Panajachel viven cientos de familias ladinas o mestizas que desean mejorar su situación económica con las divisas turísticas. El privilegio de ser propietario de un pequeño terreno para construir una casa es reservado a pocas familias con mayor poder adquisitivo, ya que son altos los precios del mercado inmobiliario. La mayoría de las familias mestizas-migrantes rentan pequeñas habitaciones en zonas populares, en las calles cercanas al mercado de Panajachel, donde se encuentran los llamados prostíbulo y “giros negros”.

Doña Lola es originaria de la Costa Pacífica de Guatemala, no se reivindica como maya: se asume guatemalteca. Vende alimentos preparados en las noches en un puesto de la calle cerca de los centros nocturnos. Sus principales clientes son chicas centroamericanas que bailan en los *table dance* por la noche y algunos de sus vecinos del barrio. En ocasiones una

---

<sup>19</sup> Lo que trato de poner en discusión es la gran paradoja acerca de que, mientras algunas tejedoras están alejándose de la actividad porque consideran que ya no es redituable, otro sector externo, el de las diseñadoras de moda, están retomando los diseños de las tejedoras mayas y los relanzan bajo el marketing de “ancestral”, “auténtico” o “artesanal”, imprimiéndoles valores estéticos y de uso y de cambio, que anteriormente carecían. Pero, en esta hipercirculación global de etnomercancías, como son los textiles, los conflictos que han surgido entre las diseñadoras extranjeras, que se les ha evidenciado que en ocasiones se apropian de los diseños autóctonos, sin darles crédito a las verdaderas inventoras; estos conflictos, curiosamente han visualizado, fortalecido e incrementado el consumo de cierto tipo de prendas elaboradas por las tejedoras locales, como el caso de la blusa Ayuuk, en una especie de solidaridad sobre los derechos de autor.

de sus hijas le auxilia para llevárselos hasta sus domicilios; Doña Lola migró recién casada, hace 20 años. Aquí nacieron sus hijas. Migró siguiendo a su esposo y ahora tienen una pequeña casa cerca del mercado, la compraron con el dinero que actualmente el esposo manda de Estados Unidos, desde hace cinco años.

Panajachel, por ser un municipio habitado por migrantes nacionales y extranjeros que requiere de albañiles, materiales y de más terrenos para su venta. Hace aproximadamente dos años (2015) se instaló sobre dicha avenida la primera tienda de autoservicio, la trajo el grupo Wal-Mart, se llama *Dispensa Familiar*, su color y diseño son idénticos a los de la tienda Bodega Aurrera de México, en rojo, blanco y verde. La apertura de la tienda trajo consigo el cierre de pequeños negocios familiares.<sup>20</sup> La dinámica local, las relaciones de consumo, el tipo de mercancías para el abasto familiar y la venta a pequeña escala de los comerciantes ambulantes del malecón está siendo afectada por el aumento de la preferencia de los lugareños de comprar en esta tienda de autoservicio, aunque ciertamente es más barata que el resto. Y es en estos lugares, en los pequeños puestos ubicados en el malecón, donde el turista acostumbra a comprar: un refresco, una cerveza o una golosina, antes o después de bajar del servicio de paseo en lancha. La mayor parte de la economía local tiene cada vez mayor conexión con la economía global, lo que se observa en la presencia de tiendas como Elektra, Wal-Mart y franquicias de materiales para construcción.

El primer cuadro del municipio conserva de algún modo la imagen que describió el novelista Aldous Huxley en 1934,<sup>21</sup> pero actualizándolo al escenario económico del

---

<sup>20</sup> A partir de la compra en la calle de una porción de pollo asado descubrí las afectaciones a la economía local generadas por la instalación de un supermercado que vende la libra dos quetzales más barata que en el mercado municipal

<sup>21</sup> Es interesante saber cómo llegó Aldous Huxley a Panajachel. En su libro titulado “Más allá del Golfo de México” (1986: 118-124), nos narra que contrató los servicios turísticos de alojamiento y traslado a la agencia

neoliberalismo. Las “tabernas” han sido sustituidas por bares para extranjeros, los “mestizos de clase baja” por turistas y migrantes por estilo de vida, quienes eternamente lo habitan. Sus sencillas casas y apacibles calles pasaron a ser residencias u hoteles de primer nivel. La población extranjera es notoria y en aumento, como sucede en las ciudades coloniales de gran atractivo cultural y paisajístico, como San Cristóbal de Las Casas, Oaxaca y Antigua Guatemala. Los municipios se han convertido en centros cosmopolitas que albergan a una gran cantidad de migración por estilo de vida (Benson y O’Reilly, 2009). Por las mañanas jubilados y migrantes por estilo de vida salen a tomar café mientras leen el periódico, conversan con sus connacionales en pequeños establecimientos —también propiedad de pequeños empresarios migrantes por estilo de vida— donde suelen reunirse a socializar.<sup>22</sup>

La avenida Santander es un claro ejemplo de un lugar donde la *economía de la identidad* es mercantilizada con fines turísticos por diversos actores y en diferentes niveles. Pequeños y medianos empresarios extranjeros, mestizos, y mayas, obtienen ganancias con este lucrativo negocio, pero sola durante las temporadas altas de turismo y los fines de semana. En una sola avenida de medio kilómetro de largo -que desemboca hasta el malecón- se concentra la mayoría de los establecimientos relacionados con el comercio de artesanías y productos exóticos, étnicos, elaborados por mayas contemporáneos y uno que otro extranjero.<sup>23</sup>

---

turística Clark Tours, propiedad de Alfred Clark quien por esas fechas (1930) acababa de abrir su empresa enfocada a brindar atención turística a los trabajadores de la United Fruit Company.

<sup>22</sup> Por ejemplo, una de estas cafeterías se llama: café Cross Roads, propiedad de un norteamericano que instaló su negocio muy cerca del mercado popular de Panajachel, este sector es una parte de la ciudad que aún conserva su esencia tradicional y no ha sido tocada por la turistificación. <http://crossroadscafepana.com/> fecha de consulta: 25 de febrero de 2017.

<sup>23</sup> Algunas de estas mercancías “exóticas que consumen los turistas vienen de contrabando de México; como el tequila, que se comercializa en las licorerías de la avenida Santander y se ofrece al turista en bares y restaurantes. Así me lo relató un operador del shuttle, en su anterior empleo había sido chofer de una licorería. Cada ocho días llevaba a su patrona al Sams de Tapachula, Chiapas, para abastecerse de cajas de tequila, el cual era pasado



Mapa de Panajachel. Fuente: INGUAT

En Panajachel hay un sinnúmero de hoteles, posadas, bares, restaurantes, que ofrecen diversidad de platillos donde muestran su ascendencia étnica, tiendas de ropa étnica, plazas de venta de artesanías, agencias de viajes, cajeros automáticos, vendedores ambulantes de ropa y recuerdos, joyerías, sombrererías, pizzerías, librerías, *tuc-tucs* de donde bajan y suben turistas, motocicletas y artesanos-hippies. La atención al turista nunca descansa. En temporadas de invierno y verano los habitantes locales se pierden entre la población estacional de los “güeros”.

Panajachel también se ha convertido en lugar predilecto de fundaciones, instituciones gubernamentales y ONG internacionales, que realizan labor social en los municipios de alrededor del lago; también tiene presencia el Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT). *Star Fish* tiene su sede (Estrella de Mar), la organización que me recibió durante mi primera estancia en campo (julio 2016). Sus oficinas centrales están al comienzo de la avenida

---

por la aduana mexicana mediante sobornos y transportado a media noche para evadir a la policía guatemalteca. Al llegar a Panajachel, prácticamente todas las cajas que traían, ya estaban vendidas a licorerías y bares que se encuentran sobre la avenida turística.

Rancho Grande en el tercer piso de un edificio exclusivo para negocios y oficinas, y cuenta con otra sede en el municipio de Santiago Atitlán. Como dije antes, la fundación se encarga de brindar educación a señoritas de escasos recursos y asesoría para que logren en un futuro inmediato, emprender una empresa. “Objetivo” que comparten con la *etnoempresa* de artesanías *Estrellas Artesanas* y con la agencia de guías de turistas locales *Mayan Life Travel* (el segundo caso lo abordo en el capítulo 3).

Por las mañanas las agencias operadoras de *tours* recogen a los turistas en sus hoteles para conducirlos a la lancha turística o bien al shuttle. En un sólo día los viajeros pueden conocer tres o cuatro municipios alrededor del lago y regresar de nuevo para cenar en Panajachel, cargados de experiencias exóticas, tejidos y diversas artesanías. El municipio se ha convertido en un punto estratégico para la comunicación, comercialización, traspotación e interconexión con la región y el resto del país. Recordemos que Panajachel, como nos indica Robert Hinshaw, ha sido un municipio que ha dejado atrás la agricultura para especializarse en la atención al turista y donde el nivel de vida de las actuales generaciones ha mejorado si se le compara con la vida que llevaron sus padres y abuelos (1991:335).

### *2.3. El museo lacustre de Panajachel*

Al final del malecón, sobre la avenida Santander, se encuentra el controvertido museo lacustre de Panajachel. Este se ubica dentro del hotel “Posada de Don Rodrigo”, propiedad del empresario y buzo Roberto Samayoa. Ahí se reúne noventa piezas arqueológicas sustraídas del fondo del lago por el empresario y la arqueóloga Sonia Medrano a finales de la década de 1990. Se extrajeron de un sitio ceremonial precolombino, sumergido a cincuenta metros de profundidad, mismo que bautizaron con el nombre de *Samabaj*, en honor al apellido del empresario: Sama (yoa) y *baj*, que en idioma tz’utujil significa “por debajo”. El

sitio arqueológico se encuentra en el fondo del lago, enfrente de la aldea Cerro de Oro, por lo tanto, según los aldeanos, el sitio les pertenece ya que aseguran se encuentra dentro de su territorio, adscrito al municipio de Santiago Atitlán;<sup>24</sup> sin embargo los pobladores de la aldea lo renombraron como: *Pajayb'al*, “Lugar de las casas sagradas”.

Las noventa piezas “rescatadas” por el empresario y la arqueóloga se exhiben en urnas de cristal dentro del museo privado en Panajachel. Durante mi última estancia en campo, en abril de 2017, conversé con un miembro de la autoridad ancestral (El Cabecera) de Santiago Atitlán para preguntarle sobre las zonas arqueológicas que se encuentran en su territorio comunal, ya que en varias ocasiones se han tratado de mercantilizarlas para la atracción turística, por parte de intereses privados. El joven antropólogo y representante del gobierno tradicional del municipio tz’utujil más poblado del lago de Atitlán, comentó que hace un par de años se abordó el conflicto sobre la propiedad y usufructuación de las zonas arqueológicas. En el caso de *Pajayb'al* “Lugar de las casas sagradas” se hicieron reuniones para negociar con la arqueóloga Sonia Medrano, el empresario Roberto Samayoa, la AMSCLAE (Autoridad para el manejo Sustentable de la Cuenca del Lago de Atitlán y su Entorno) y el Ministerio de Cultura y Deporte. Querían llegar a acuerdos sobre la instalación del museo y la devolución de las piezas a la comunidad; el empresario se negaba a devolver las piezas arqueológicas a las autoridades de Santiago Atitlán, bajo la excusa de que tenía todos los permisos y autorizaciones requeridas. Las autoridades tradicionales de Santiago Atitlán y las de Cerro de Oro exigían que la zona arqueológica fuera renombrada y que el área fuera acordonada con una reja subacuática para que no hubiera futuros saqueos. También se pidió

---

<sup>24</sup><http://arqueologos.ning.com/profiles/blogs/sitio-arqueol-gico-es-motivo-de-discordia-en-santiago-atitl-n>  
Fecha de consulta: 4 de febrero de 2017.



que se dejaran de realizar trabajos arqueológicos sin previo consentimiento de las autoridades de Santiago, ya que los pobladores de la Aldea Cerro de Oro la consideran un lugar sagrado. En dichas reuniones las autoridades de Santiago exigían que se devolvieran las piezas, pero el empresario y el Instituto de Cultura y Deporte se opusieron, argumentando que Santiago Atitlán no contaba con un edificio exclusivo (museo) para resguardarlas. Las autoridades tradicionales (o el Cabecera) argumentaron que sí contaban con un espacio y estaba ubicado en la aldea de Chuk Muk. El empresario respondió que ese lugar no iba a ser visitado por nadie, porque estaba alejado de la cabecera de Santiago Atitlán; posteriormente, en reuniones subsiguientes se propuso la creación de una mesa técnica donde se planearan una serie de medidas para el rescate arqueológico y que hasta la fecha no se ha solucionado nada.

El miembro de la autoridad ancestral relata que la negociación tuvo sus momentos más álgidos cuando impidieron que se continuara con la filmación del documental “La Atlántida de los Mayas”, dirigido por National Geographic.<sup>25</sup> Según el colaborador de la autoridad ancestral, este caso es un claro ejemplo de que el gobierno guatemalteco está del lado de la clase empresarial y no del pueblo maya. Este caso también ejemplifica lo que la historiadora Martha Casás menciona acerca de que las elites no quieren considerar a los indígenas actuales como parte de la civilización maya del pasado y menos como parte constitutiva del presente; lo que la autora llama *procesos de patrimonialización de la cultura* y privatización del patrimonio nacional en Guatemala, que se encuentra en manos de miembros de las principales redes familiares del país, así como de grandes extensiones de patrimonio nacional arqueológico administrado por fundaciones internacionales (2012:95).

---

<sup>25</sup> En la entrada del museo, se exhibe el cartel de la National Geographic. El documental se puede consultar en el siguiente enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=5uDZuVmyDCA> fecha de consulta: 22 de mayo de 2017.

Desde Panajachel el turista nacional o extranjero se desplaza en lancha a los municipios que se encuentran alrededor del lago. Recordemos que desde hace más de ocho décadas se ha practicado el turismo étnico y cultural, destinado a conocer los estilos de vida vernáculos de los pueblos mayas contemporáneos y que con el tiempo han adquirido el carácter de “auténticos museos vivientes” (Gloster 2012:54).

Sin embargo, las preferencias del turista por consumir lo étnico, autóctono o local, en la actualidad se encuentra sobresaturado, por lo que existe la necesidad de crear nuevos nichos turísticos. Para ello, se echa mano de acervos culturales intangibles, como la espiritualidad maya, y de atractivos naturales, que le dan *autenticidad* al lugar. Además de que se han creado nuevas demandas turísticas que iniciaron en la década de los setenta del siglo XX, con la migración por estilo de vida en los municipios de San Pedro y San Marcos La Laguna, y en menor medida San Juan La Laguna.

#### *2.4. Tres municipios turísticos*

El objetivo de este apartado es resaltar los acelerados procesos de transformación social, económica y cultural que han tenido algunos municipios alrededor de la cuenca del lago de Atitlán, causados por la diversificación de su economía, principalmente en el turismo, y que anteriormente estaba enfocada a la producción cafetalera y agrícola. Se tiene la intención de mostrar el contexto turístico que vive la región, dejando claro que el turismo étnico no es exclusivo de Panajachel, sino que responde a todo un entramado de transformaciones que impactan a toda la zona lacustre, incluido Santiago Atitlán.

A partir de la firma de los *Acuerdos de Paz* y de la entrada formal de la política neoliberal la economía se ha terciarizado con el turismo, resaltando las diferencias culturales

que se ofrecen como *etnomercancías* o espectáculos de consumo turístico. Lo que cumple con lo que los Comaroff advertían: “una economía en la cual la identidad social está casi totalmente mediada por procesos de transformación en mercancía, donde la etnicidad misma inevitablemente se convertirá en mercancía” (2011:230-231).

Mediante una breve descripción etnográfica de cada municipio, intentaré mostrarle al lector la forma en que los habitantes originarios viven su localidad, influenciada por aspectos globales, reflejados en la especialización turística. Por lo tanto, las poblaciones locales con el fin de diferenciarse y posicionarse en el cambiante mercado turístico han tenido que hacer uso de sus singularidades étnicas.

a) *San Pedro La Laguna “el de abajo”, el turismo posthippie*

En San Pedro La Laguna (SPLL), conocido también de manera algo divertida y controversial, como *San Pedro La Locura*, observamos una sociedad indígena receptora que sin esperarlo, fue invadida por el turismo internacional y migrantes por estilo de vida a partir de la década de 1970. Desde entonces sus pobladores han tenido que interactuar y convivir de forma “armónica” con una variedad de nacionalidades, culturas y costumbres, provenientes del primer mundo. El municipio se especializa en atender al turismo joven, catalogado como “mochilero” o “posthippie”, personas con gustos alternativos, que buscan hospedajes sencillos, baratos y cargados de *autenticidad* y *exotismo* cosmopolita, cuenta con un ambiente nocturno artístico-cultural peculiar y por lo tanto, el consumo de todo tipo de estupefacientes es elevado, a tal grado que es considerado una de las principales problemáticas sociales que aqueja el municipio. Cabe destacar que la mayoría de los negocios de servicios turísticos son pequeñas propiedades privadas de extranjeros migrantes por estilo de vida que con el tiempo se han transformado en pequeños empresarios por cuenta propia (D’Andrea, 2007).

Con la llegada de estos nuevos sectores poblacionales extranjeros el pueblo prácticamente se ha dividido en dos, el San Pedro “de abajo” y el “de arriba”, pero no sólo espacialmente. En el San Pedro La Laguna “de abajo” se concentran las actividades turísticas, bares y hostales propiedad de extranjeros, y uno que otro comercio de abarrotes, propiedad de gente local o de Sololá. En el San Pedro La Laguna “de arriba” viven y recrean su cotidianidad los pobladores mayas tz’utujiles.

Para algunos pobladores de la región, por ejemplo de Sololá, que es el departamento que rige al municipio, ubicado a media hora de camino, San Pedro La Laguna se ha convertido en un lugar para buscar trabajo temporal, sobre todo para hombres, quienes trabajan de albañiles en las nuevas casas que construyen los comerciantes tz’utujiles de San Pedro, en los *chalets* o negocios de los extranjeros, cada vez más en aumento. Los trabajadores de la construcción a diario se trasladan desde su pueblo para regresar entrada por la tarde. Para algunos pequeños comerciantes de Sololá, San Pedro La Laguna se ha convertido en una plaza comercial importante, debido a la demanda de nuevas mercancías, productos y servicios diversos que requieren los migrantes por estilo de vida, el turismo y sus prácticas de consumo.

José es un joven originario de Sololá que trabaja en una de las dos tiendas de abarrotes y de licores que posee su hermano mayor. Las tiendas se ubican a los extremos de uno de los principales pasillos turísticos de la parte baja, donde los migrantes por estilo de vida han instalado sus pequeños negocios de hospedaje, comida y diversión.

Cuando José se aburre prende el televisor y se pone a ver el programa de deportes *ESPN* o los programas cómicos de Televisa. Así, los gustos de José, conectado siempre a los

medios de comunicación y vinculado diariamente con la oleada de extranjeros, incorporan diferentes referentes culturales: su referente local, maya guatemalteco, y el global, que llega con el turismo y los medios de comunicación.

Según Navichoj (2007:129), en 2007 en la municipalidad de San Pedro La Laguna operaban 27 restaurantes y 16 hoteles registrados en la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT), sin embargo, en la actualidad son mucho más de 50 los negocios turísticos establecidos en los callejones cercanos al muelle principal. Otro aspecto que sobresale en la parte baja de San Pedro es la fuerte presencia de escuelas de español, aproximadamente hay 15 centros de enseñanza. Estas escuelas sirven también de vínculo y conexión para que el turista conozca la cultura local por medio de la promoción de actividades culturales, por ejemplo, cocina tz'utujil, como una forma de acercarse a la cocina autóctona, ofrecida bajo el eslogan de “comida silvestre” (cursos que imparten mujeres locales en asociación con mujeres migrantes por estilo de vida). Estas actividades, enfocadas a los turistas y migrantes por estilo de vida extranjeros, son una manera de acercarlos a la cultura local. Otro caso es la nueva campaña municipal que promueve eliminar el uso de bolsas de plástico en los comercios, bajo un slogan ecologista que, como bien lo indica Frigolé (2014), son “indicadores de autenticidad”. Además, en la entrada de las escuelas se promocionan con publicidad pegada en las paredes, diversos servicios: sanación espiritual o corporal, enfocada a turistas que se comunican los eventos “pasando la voz”, así, los turistas van adentrándose en el camino de la “espiritualidad maya”. En algunos anuncios se invita a participar en ceremonias mayas, a conocer el uso del calendario *tzolkin*, a tomar alguna terapia *new age* o bien a participar en temazcales de luna llena.



San Pedro La Laguna. Foto: Gustavo

Sánchez

Llama la atención que muchos anuncios de menú que se colocan en el exterior de los restaurantes y bares están escritos en alfabeto hebreo. De hecho, en la plaza del pueblo detrás del mercado, hay un puesto de jugos medicinales y energitizantes, atendido por unas chicas tz'utujiles que han aprendido a hablar hebreo para atender a consumidores judíos. En verano e invierno es notoria la presencia de ciudadanos judíos que llegan a vacacionar, por lo que hay una red de establecimientos especializados en atender los gustos de los jóvenes turistas judíos. También la presencia de artesanos posthippies es notoria en las aceras continuas a los establecimientos de la parte baja del municipio. Se instalan desde la mañana, mientras elaboran sus artesanías y pasan el rato con el resto de sus colegas artesanos. La venta de artesanía urbana es muy variada. En ocasiones, los jóvenes artesanos suelen molestar a los turistas judíos, gritando en coro la consigna: ¡Palestina Libre!, sólo para incomodarlos.

El muelle turístico de San Pedro La Laguna es muy concurrido, porque ahí se encuentra el café-bar *Nick Place*, lugar de reunión y encuentro de muchos turistas y jóvenes locales. Afuera se estacionan choferes de mototaxis; algunos, aparte de ofrecer servicios de transporte, en voz baja ofrecen venta de drogas a los turistas. Hay otro muelle en el extremo

contrario del lago donde llegan lanchas que vienen de Santiago Atitlán. Por esta ruta circulan comerciantes de Santiago o estudiantes. La flota de lanchas San Pedro La Laguna es más numerosa que en otros municipios, de hecho es un modelo a seguir por los jóvenes pedranos, quienes quieren tener el suficiente dinero para comprar su lancha y hacer traslado de turistas. La economía cafetalera poco a poco está siendo desplazada por la venta de cultura, paisajes y drogas.

Para finalizar, citaré brevemente el trabajo de David Bowker (2012) *The Tz'utujil Struggle with Neoliberal Globalization*, donde relata el cambio sociocultural de los jóvenes tz'utujiles, a partir del contacto con el turista "posthippie". La emulación del modo de vida de estos turistas los aleja paulatinamente del modo de vida de sus padres. El autor se enfoca en el tipo de turismo que caracteriza como *turismo de drogas* y que ha influenciado seriamente la dinámica de San Pedro La Laguna.

b) *San Juan La Laguna, turismo comunitario*

San Juan La laguna (SJLL) se encuentra a tres kilómetros de San Pedro La Laguna, en la parte suroeste de la cuenca de lago; sus principales centros poblacionales son el casco urbano y tres aldeas (Panyebar, Pasajkim y Palestina). En total, sus habitantes no exceden las 12 mil personas, según las estimaciones del presidente de la asociación de turismo. Sus pobladores observan con recelo cómo incrementa la propiedad privada extranjera en San Pedro y en San Marcos La Laguna, replanteándose como colectividad el modelo turístico que quieren llevar a cabo. Décadas atrás con el auge de la economía cafetalera, los pedranos compraron muchos terrenos a los Sanjuaneros y prácticamente San Juan La Laguna se estaba convirtiendo en una aldea anexa a San Pedro La Laguna.

Me enteré a través de los periódicos nacionales guatemaltecos, que en 2014 la comunidad San Juan la Laguna expulsó a un grupo de judíos ortodoxos que habían llegado a rentar casas e instalar una comuna. Cuando tuve la oportunidad de conocer San Juan La Laguna comencé a preguntar el motivo de la expulsión. Un comerciante del recién inaugurado mercado municipal comentó que los judíos tenían actitudes discriminatorias con los pobladores de San Juan: *no dejaban que sus hijos jugaran con los niños del pueblo, cuando iban de compras al mercado los judíos no querían pagar los precios que los vendedores fijaban, siempre pagaban lo que querían*. Cuando empezaron a llamar la atención de los turistas, se portaban groseros con los visitantes, increpándolos en la calle porque no querían que les tomaran fotografías. Se bañaban desnudos a pleno día y eso no agradaba a las mujeres que también bajaban a bañarse y lavar ropa. El pueblo realizó asamblea para determinar qué hacían con ese grupo: decidieron echarlos del municipio. A partir de este incidente, el municipio se muestra cauteloso para aceptar a gente extranjera, a menos que vayan de visita turística, según el presidente de guías de turistas locales. Sin embargo, es necesario en un futuro, conocer la versión de la parte expulsada para indagar si no hay otros intereses, de corte económico y religioso detrás de este conflicto.

Por las experiencias negativas y problemas que se han derivado del turismo internacional, el turismo residencial y la migración por estilo de vida en San Pedro La Laguna, los habitantes de San Juan se han abierto poco a estas modalidades residenciales y turísticas; prefieren el “turismo comunitario”, haciendo uso de sus acervos culturales étnicos y atractivos paisajísticos. Dicho modelo fue diseñado por la institución no gubernamental de



nombre “Fundación Solar”.<sup>26</sup> A través de la implementación de proyectos sociales y turísticos la fundación llegó a modificar la calidad de vida de un sector de la población, lo que generó liderazgos al interior de la comunidad, mismos que a la larga han derivado en pequeños conflictos internos por brindar servicios a los turistas.

La Fundación Solar consolidó varias asociaciones, entre ellas la Asociación de Guías de Turismo Comunitario *Rupalaj K’istalin*, que ofrecen servicios turísticos en mancuerna con agencias turísticas que operan desde Panajachel, algunas asociaciones de tejedoras y elaboradoras de tinte natural, conformadas desde la década de 1970. Los servicios de la asociación *Rupalaj K’istalin* se enfocan a tres rubros: a los acervos culturales, recursos naturales y paisajísticos. Principalmente guían observaciones en recorridos a pie por los cerros de alrededor del municipio. En el cerro de la Cruz se realiza un *tour* llamado “ceremonia maya” o “ceremonia del árbol”, que consiste en plantar un árbol, se realiza una ceremonia maya y le dan gracias al dios *Ajau*. La caseta de la asociación se ubica a un costado de la entrada al muelle.<sup>27</sup> Los guías de turistas también se encargan de levantar el registro de los visitantes que llegan al municipio por vía lacustre.<sup>28</sup>

---

<sup>26</sup> En la actualidad la fundación se llama “Atit’alá”, y las ocasiones que fui a buscarlos a sus instalaciones, siempre estaban cerradas, así que no tuve oportunidad de conocer sus actuales proyectos.

<sup>27</sup> La primera vez que visité el muelle, en la orilla de éste se encontraba una señorita tz’utujil perfectamente arreglada con su traje tradicional, ella esperaba la llegada de una lancha de turistas provenientes de Panajachel, conversé unos minutos con la señorita y la joven trabajaba para un pequeño hotel y su trabajo requería que ella estuviera de ese modo vestida. Al llegar la lancha la señorita se acercó y amablemente les dio la bienvenida a las personas, pidiéndoles que la siguieran para conducirlos a su hospedaje. Me sentí como si estuviera viendo la escena de “bienvenida” de la serie de televisión de los setentas, “La Isla de la Fantasía”.

<sup>28</sup> Cuando fui a conocer San Juan LL, en julio de 2016, el muelle se encontraba en remodelación, proyecto que realizaba el Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT) y que posteriormente remodeló los muelles de Santiago, San Marcos y Panajachel.



Oficinas de guías Comunitarios en

San Juan La Laguna. Foto: Gustavo Sánchez Espinosa

San Juan Laguna se caracteriza, y se diferencia de San Pedro, por su tranquilidad, orden y limpieza de sus calles y del mercado público. Al interior de éste hay guardias municipales que cuidan que ningún comerciante ambulante se instale en los pasillos. Por la calle que sube del muelle se encuentran los principales hoteles (que son dos), galerías de pintores locales y tiendas de tejidos, algunas de éstas ofrecen demostración a los visitantes de corta estancia que en ocasiones se internan vía terrestre contratando servicios de mototaxis (*tuc tuc*) desde San Pedro La Laguna. La oficina de la asociación de guías de turismo comunitario se encuentra una calle arriba del muelle. A la entrada se exhiben los servicios y *tours* que brindan el servicio del “circuito cultural”: que consiste en ofrecer paseos por las principales calles del pueblo con el fin de que los visitantes admiren los murales de los artistas plásticos plasmados en las paredes escolares, en el auditorio y la iglesia; el “tour de pesca”, el “tour de maíz”, el “tour de café y el “tour de observación de aves”.

En palabras del señor Santos, presidente de la asociación de guías comunitarios, la actividad turística empezó en 2005, gracias a la cooperación de la “Fundación Solar”, quien

ayudó en la creación de diferentes cooperativas: de guías, de mujeres tejedoras y de comadronas, que elaboran productos de herbolaria. En la actualidad San Juan La Laguna es reconocido por brindar turismo comunitario, sobre todo para ciudadanos europeos. Comenta que para implementar la iniciativa tuvieron que realizar previamente varias asambleas y ponerse de acuerdo en cómo iban a operar, por ejemplo prohibieron que los niños pidieran dinero a los turistas porque “daban mala imagen”. A los vendedores de tejidos o de pinturas, instalados sobre la calle que sube del muelle, se les dio cursos de cómo tratar a los visitantes para que estos no se sientan presionados a comprarles alguna *etnomercancía*. La venta ambulante de artesanías en este municipio está prohibida. Asimismo, en 2010 la asociación de turismo comunitario implementó las *posadas mayas*, integradas por 26 familias. En un principio la asociación capacitó a las mujeres cabezas de hogar para que brindaran servicio de alojamiento y comida: la iniciativa consiste en que una familia huésped se hace cargo del visitante, le da un pequeño *tour* por el pueblo antes de llevarlo a su casa. Ya hospedado en el hogar, se le integra a las actividades cotidianas para que se “sienta parte de la familia”, después le ofrecen servicio de cena y una noche de alojamiento.

Los turistas son captados por los *tours* operadores establecidos en Panajachel, con quienes la asociación de guías ha establecido un convenio mercantil. Las agencias llevan a los turistas o se trata de personas recomendadas por voluntarios, quienes han realizado trabajo comunitario en San Juan La Laguna. Sin embargo, comenta el señor Santos, la iniciativa ha sido copiada por otras familias que no están integradas a la asociación. Por ejemplo, el servicio que se anuncia por internet, bajo el nombre de *Posada Maya MANÁ*,<sup>29</sup> es una

---

<sup>29</sup> Las reservaciones se realizan a través del sitio de internet Airbnb <https://www.airbnb.mx/rooms/12127395> fecha de consulta: 22 de mayo de 2017.

sociedad particular de una familia de San Juan, ésta se especializa en otorgar servicios de alojamiento y comida vegetariana a sus huéspedes. Al respecto, el presidente de la asociación comenta: *ahí no se puede hacer nada, porque el turista no se le puede obligar a hospedarse con las familias que están con nosotros. Pero ya tenemos nuestros clientes que vienen con nosotros y no se van. También estamos por abrir nuevos paquetes turísticos que ofrecerán almuerzos a grupos de la tercera edad, principalmente de Francia, que solo vienen a conocer el pueblo y luego se van de regreso a Panajachel.*

El caso de San Juan La Laguna es interesante de abordar porque en él se observa un sentimiento de etnicidad, que se sustenta en la *ancestralidad*, mismo que es usada con el visitante; bajo un nuevo discurso económico que han traído consigo la ayuda internacional y las fundaciones, sin embargo pareciera que este discurso está siendo asesorado desde fuera, sin retomar las especificidades culturales y organizativas, sin menospreciar la capacidad organizativa que tienen sus pobladores. En todo caso, coincido con el planteamiento de Genet cuando se refiere a que “cuando la globalización implica la invención de las localidades, estas lo aprovechan y se sirven de procesos globales para alcanzar propósitos locales” (2012:50).

El señor Juan es un miembro activo de la asociación de guías comunitarios. Combina su oficio como guía de turistas con el de caficultor. Es pionero de la asociación, comenta que empezaron en el año de 2002 con la elaboración de un vivero que sirvió para reforestar parte de las montañas donde posteriormente se planearon los senderos turísticos. Don Juan se siente orgulloso que su pueblo sea el único que esté trabajando sobre el turismo a través de asociaciones comunitarias. Comenta que su éxito radica en que durante el período del conflicto armado interno la población no se involucró con la guerrilla. Esto, según él, le permitió mantener buenas relaciones con el gobierno. Agrega que la mayor parte de los

jóvenes de San Juan que estudiaron una carrera y no encontraron trabajo, se han integrado como personal de seguridad en el mismo municipio. Esta oportunidad laboral se las otorgó el gobierno guatemalteco. Finaliza su conversación indicando que poco a poco los turistas les han dado ideas acerca de cómo hacerle para diversificar los servicios turísticos.

Román<sup>30</sup> es un conductor de *tuc-tuc* originario de San Juan La Laguna. Durante el trayecto de un traslado a San Pedro que le solicité, me actualizó sobre la problemática actual, relacionada con el ordenamiento territorial de las actividades turísticas. Comentó que a partir del incremento del turismo hay más *tuc-tucs*, lo que ha provocado que los mototaxis rompan el orden y bajen hasta la entrada del muelle para interceptar a los turistas para ofrecerles servicios de *tours* y transportación, como ocurre en San Pedro LL y en Santiago Atitlán. Los conductores de mototaxi llevan a los turistas a casas de sus familiares tejedoras para que les hagan demostraciones; debido a que éstas no están asociadas con los guías de turismo comunitario se empezaron a incrementar las inconformidades, lo que llegó hasta las oficinas de la municipalidad, que prohibió a todos los conductores de *tuc-tuc* bajar hasta el muelle. Sin embargo, los conductores de mototaxis continúan ofreciendo discretamente servicio a los turistas que pasan por el lugar que la municipalidad les destinó. Para Román, la determinación de la municipalidad le parece buena, pero cuestiona la postura de la asociación

---

<sup>30</sup> Román me platicó en poco tiempo su experiencia de migrante indocumentado. Inmediatamente reconoció mi acento de mexicano y se puso bien alegre. Me platicó que él se había ido de mojado a Estados Unidos y casi pierde la vida, recuerda que unos campesinos en Toluca fueron sus rescatadores, porque el tráiler que los trasportaba los dejó abandonados en un terreno, un par de ellos murieron de asfixia. A partir de ese incidente le tiene agrado a la gente de México porque le salvaron la vida.

de guías de turismo comunitario Rupalaj K'istalin porque quieren la exclusividad de los turistas, impidiendo que otros se dediquen a esa labor.

Según Rascón (2011:335-337), el turismo rural en San Juan La Laguna ha propiciado beneficios económicos y sociales, sobretodo, “ha empoderado al sector femenino con actividades turísticas, formando liderazgos en las asociaciones, lo que representa un ejemplo de satisfacción de necesidades sociales que surge de la venta de cultura y paisajes, bajo la perspectiva de sostenibilidad turística”. A mi juicio, el gran reto que tienen los miembros de la asociación de turismo comunitario es cómo hacer frente a la vorágine de la libre competencia familiar e individual. El gran acierto de su iniciativa ha sido poder organizar un turismo donde las familias y no los individuos se congregan en una asociación para diversificar su economía. Sin embargo, no todas las familias están integradas a las asociaciones, por lo tanto, surgen fracturas comunitarias que fomentan la lucha por los espacios públicos y la clientela.

En definitiva, la política turística, sustentada en la *economía de la identidad* a través de la venta de cultura y paisajes por asociaciones comunitarias, funciona a manera de *etnoempresas*, entendidas como acciones individuales y colectivas de sujetos, pertenecientes o no a la comunidad indígena, que emprenden iniciativas para mercantilizar con algunas expresiones culturales (tangibles e intangibles) ya sea que las produzcan o no. En el caso de San Juan La Laguna llama la atención la facilidad con la que los habitantes han aceptado diversificar su economía, enfocada a la venta de sus atractivos culturales, artísticos y paisajísticos. Se observa una actitud diferente a la que predomina en el resto de los municipios del lago, que se rigen por actitudes individualizadas y por la libre competencia, quizá promovida por el cambio religioso, ocurrido desde 1950, que ha dividido a los

pobladores, o bien por el conflicto interno armado que también dividió más a las comunidades, ya que algunos apoyaban a las guerrillas y otros estaban a favor de la política contrainsurgente.

*c) San Marcos La Laguna, turismo espiritual*

San Marcos La Laguna se ha convertido en territorio del “turismo espiritual” (Tally, 2006). También encontramos el “turismo de segundas residencias” (Janoschka, 2012), dotados de atributos del idilio rural, así como la migración por estilo de vida (Benson y O’Reilly, 2009).<sup>31</sup> Al llegar a San Marcos La Laguna, vía el lago, y caminar por su estrecho andador con dirección al centro del pueblo, se observa la concentración de negocios en ambas aceras para atraer al turista “posthippie”, hacer que se sientan identificados con las personas y el ambiente del lugar. Da la sensación de estar en una isla donde habitan “beatiful people” (personas bonitas), provenientes de todo el mundo, vestidos con ropas confeccionadas por ellos mismos y que realizan actividades vinculadas a la producción artesanal en pequeña escala: productos orgánicos, para el cuidado del cuerpo, del espíritu y elaboración de una infinidad de bisuterías.

---

<sup>31</sup> Durante uno de mis traslados de Panajachel - San Cristóbal de Las Casas, conocí a varios personajes mochileros, entre ellos a una joven turista posthippie de origen francés que se dirigía hacia Oaxaca. Al comentarle que yo me encontraba realizando trabajo de campo en Santiago Atitlán, ella respondió: “solamente una vez estuve ahí y que no me gustó porque me parece un pueblo “normal”, como cualquier otro”, sin embargo, la chica se refería a San Marcos La laguna como único porque en él se concentraba gente interesante y ese pueblo si tenía “magia”.



San Marcos La Laguna. Foto: Gustavo Sánchez

### Espinosa

El tipo de turismo en este pequeño municipio se distingue de los demás, porque la presencia de extranjeros en la vida cotidiana y en el mercado turístico es mayor que la de los oriundos, mismo que se dirige a personas con características particulares, que han acumulado “saberes ancestrales” o “conocimientos singulares” y donde abundan las terapias de relajamiento y superación personal. Es interesante resaltar que a diferencia de San Juan y San Pedro La Laguna, su principal atractivo es “su singular población extranjera” donde todos se saludan cordialmente. El municipio alberga por lo menos una decena de centros de desarrollo espiritual y personal que ofrecen a los visitantes “reflexivos” cursos y terapias espirituales dentro del fenómeno del *new age*. Actividades impulsada también por extranjeros quienes llevan un singular estilo de vida “alternativo”: consumen productos orgánicos e incorporan la “espiritualidad maya tz’utujil”<sup>32</sup> a sus prácticas esotéricas de origen variado.

---

<sup>32</sup> Con respecto a la incorporación de la espiritualidad maya tz’utujil que los extranjeros han incluido a su acervo de conocimientos esotéricos, en mi última estancia de campo en Santiago Atitlán (abril, 2017) una mujer de origen finlandés se incorporó por un día, a la procesión de Maximón durante la semana santa, vestida con indumentaria tradicional, caminó al frente de la procesión al lado de las mujeres locales tixeles. Al preguntar con mis conocidos del pueblo acerca de la mujer, me comentaron que ella vivía en San Marcos La Laguna, donde recibió enseñanza por parte de un sacerdote maya del lugar, para “recibirse” en Aj’q’ij (sacerdote maya) y que su participación en la procesión era parte de su “rito de paso”, al parecer había dejado dinero a la Cofradía de Santiago por permitirle participar. Sería interesante indagar acerca de la obtención de este tipo de conocimientos esotéricos, que ya no se adquieren como tradicionalmente solía hacerse, a través de señales en



Estas iniciativas pareciera que siguen un mismo patrón que en otros destinos espirituales: los extranjeros se establecen en San Marcos, se interesan por las practicas rituales locales cargadas de *exotismo* y *autenticidad*, aprenden la espiritualidad maya tz’utujil con un especialista local y las mezclan con las prácticas y conocimientos que han adquirido a lo largo de su “viaje iniciático”. Algunos, posteriormente montan su casa de sanación, hostel o restaurante, o bien, se asocian con gente local que son poseedoras de conocimientos tradicionales o ancestrales, o se les incorpora sólo como personal de servicios. Es interesante destacar que los extranjeros encuentran en los locales identidades étnicas diferenciadas, consideran que no es igual en todos y funciona a partir de sus clases sociales



Clínica de Sanación en San Marcos La

Laguna. Foto: Gustavo Sánchez Espinosa

Pareciera que los anfitriones han sido desplazados como atractivo turístico, suplidos por el atractivo esotérico cosmopolita de los nuevos pobladores que se han ruralizado. Estos llevan una *vida neotribal* (Tally: 2006:145) y conviven en aparente interculturalidad. Recordemos que para Machuca “en los espacios vernáculos performativos, los espectadores muchas veces

---

los sueños, sino ahora es un conocimiento que se ha mercantilizado y funciona en lo que parece ser una especie de escuela de sacerdotes mayas.

pasan a formar parte de los fenómenos que presencian. Al producir efímeras utopías personalizadas, el turismo alimenta la nostalgia de la *experiencia perdida*” (2012:75-76).

Luis es originario de San Marcos y propietario de una tienda de abarrotes ubicada en el barrio 3, que los lugareños llaman “barrio de gringos”, vende productos orgánicos y también es intermediario inmobiliario. Los dueños extranjeros le dejan a su cargo *chalets* para que los ofrezca en renta. Comenta que la población extranjera ya es parte importante en la economía local: *Si uno siembra verduras orgánicas y no hay extranjeros que las consuma, ¿a quién se las van a vender? La vida orgánica es cara y ellos son los únicos que las compran.* Luis es uno de los pocos comerciantes locales en el poblado que se ha actualizado en los requerimientos y necesidades de los nuevos pobladores.

En la actualidad el fenómeno de la adquisición de terrenos en San Marcos La Laguna para la construcción de chalets, ya superó la compra-venta entre particulares; ahora es un negocio entre inmobiliarias transnacionales, como *Real State*. Una actividad creciente en varios municipios de alrededor del lago. En consecuencia, esto ha acarreado aumento en la plusvalía y monopolización de la propiedad de la tierra, encabezada por familias de la capital guatemalteca, jubilados extranjeros y migrantes por estilo de vida.

A diferencia de San Juan y San Pedro, en San Marcos La Laguna se observa una fuerte presencia de turistas extranjeros posthippies con mayor poder adquisitivo, quienes están en la eterna búsqueda del Yo y de la paz interior. Estos conviven con familias locales que han diversificado su economía y otorgan servicios turísticos: venta de alimentos en el pasillo turístico que conduce al muelle o se contratan en los hostales, restaurantes y discotecas, como servidumbre de familias de la clase media y alta de la capital, que poseen

casas de fin de semana. También se observa turistas reflexivos que en verano e invierno alquilan diversos *chalets* a pequeños empresarios inmobiliarios que rentan casas por día, semana o mes, a la orilla del lago.



Posada en San Marcos La Laguna. Foto:

Gustavo Sánchez Espinosa

Para finalizar este apartado, es importante resaltar el trabajo de tesis de licenciatura de Engelbert Mohamed Tally Rosales, *Turismo espiritual en tiempos posmodernos. El caso de San Marcos La Laguna* (2006), de la Universidad del Valle de Guatemala, en la que relata el proceso de colonización que tuvo el municipio a partir de la llegada, en 1989, de la ONG de ayuda humanitaria “Vivamos Mejor” y del centro de meditación “Las Pirámides”, ambos de la misma familia,. Con ellas arribaron los primeros “no-locales” (migrantes por estilo de vida) que prestaron servicios de salud, alimentación y educación a niños menores de seis años, impartieron talleres de oficios prácticos, enfocados a hombres locales y asesoraron en la elaboración de artesanías. El autor comenta que “para implementar los talleres y llevar a cabo la logística de la ONG, contrataron a “profesionales” que provenían de España y a varios no-locales extranjeros que ya vivían en Panajachel y en San Pedro La laguna (2006:92).

Para Tally, esta pionera colonización sucedida en San Marcos La Laguna a partir de la década de 1990, también se presentó en otras comunidades la compra y reventa de terrenos a la orilla del lago, principalmente en Santa Cruz, Jaibalito y Tz'ununa. Los trabajadores de la ONG posteriormente se hicieron de terrenos que revendieron para capitalizarse e incursionar en el negocio de servicios turísticos, sobre todo enfocados a la sanación espiritual de tipo *new age*, demanda turística cada vez crece más al paso de los años.

Lo que trato de decir, es que el uso de las diferencias culturales dirigidas al mercado turístico es tan diverso y segmentado en el Lago de Atitlán que al visitarlo da la sensación de asistir a la espectacularización de la cultura, de las comunidades mayas y de las no mayas también.

Coincido con Walter Little en que en estos municipios se asemejan a los “parques temáticos de Disney” (2004:39), sólo que en versión étnica, lo que me recuerda a una ocasión en que grabé un pequeño video en una de las calles del municipio de San Juan La Laguna durante la inauguración de una tienda de venta de chocolates artesanales (*Licor Marrón, Chocolates*): los dueños, una familia local, habían contratado los servicios performativos de un grupo de música tradicional maya de San Pedro La Laguna, que hacían todo un despliegue performativo de instrumentos tradicionales, como marimba, conchas de tortuga, flautas de barro y tambores. Los músicos vestían con traje tradicional, con su presencia y la música que tocaban con sus instrumentos “ancestrales”, trataban de darle autenticidad al evento. Y también me recuerda las palabras del alcalde de la Cofradía de la Santa Cruz, en Santiago Atitlán, al explicarme el porqué de los cobros que se hacen a los turistas para entrar al recinto sagrado de la cofradía, por las fotos o porque enciendan un cigarrillo al santo, dijo: *esto es*

*como los museos que hay en su ciudad, ahí no le dicen “lo que sea su voluntad” para poder entrar, le cobran una tarifa, eso también es aquí.*

Por lo tanto, estoy de acuerdo con Gloster (2012:5), quien sostiene en su investigación sobre el turismo étnico en Guatemala y Marruecos que ciertas poblaciones indígenas “son reducidos a museos vivos auténticos en su comercialización destinada a los turistas occidentales”

## *2.5. Consolidación de la industria turística: el INGUAT y la “nación-marca”*

En este apartado se ofrece un esbozo de la historia del Instituto Nacional Guatemalteco de Turismo (INGUAT) y las iniciativas que actualmente el Instituto intenta aplicar en Santiago Atitlán sin mucho éxito; en particular el caso concreto del proyecto del Comité de Autogestión Turística (CAT), que reúne a pequeños empresarios privados que subordinan y dejan fuera a otros actores claves, dedicados al turismo que laboran en el municipio. Se pretende exponer cómo se arraigó el turismo en Guatemala desde principios del siglo XX hasta la década de 1960, cuando surgió INGUAT, mostrar cómo, a partir del comienzo del siglo XXI, se creó la marca turística *Guatemala. Corazón del Mundo Maya* y los Comités de Autogestión Turística (CAT) que operan en la actualidad en toda Guatemala y en específico en el municipio de Santiago Atitlán.

Esta expansión turística tuvo su peculiar historia: se dio a través de la colaboración de universidades, institutos y museos estadounidenses que comenzaron a realizar estudios de arqueología y etnología maya a principios del siglo XX. De acuerdo con la historiadora Marta Elena Casaús Arzú, en su artículo *Museo Nacional y museos privados en Guatemala: patrimonio y patrimonialización. Un siglo de intentos y frustraciones:*

El Estado guatemalteco no se interesó en preservar su patrimonio nacional, ni mucho menos construir un proyecto de Estado nacional mediante la exhibición de su pasado histórico, como el caso de México,<sup>33</sup> el interés por la arqueología y el estudio de los vestigios en las comunidades indígenas del presente, se lo dejó a las instituciones extranjeras, principalmente con la llegada del Museo Peabody de Harvard en 1905, que envió a los arqueólogos Teoberto Maler y Alfredo Tozzer a explorar Tikal y Nankín y dos años después, en 1907, la instauración e investigación que llevo a cabo el Museo del Instituto Carnegie, a cargo de Silvanus Morley, que exploró el Petén, Quiriguá, Uaxactum, Tikal y Piedras Negras, que contribuyeron a los estudios de la comprensión de la epigrafía, astronomía y cosmogonía maya, así como la presencia, a partir de la década de 1930, de antropólogos como Melvin Tumin, Manuel Gamio, Sol Tax, Benjamín Paul y Robert Redfield (2012:98-100).

Como podemos darnos cuenta, los primeros museos, instituciones, universidades y antropólogos, que se encargaron de investigar, difundir, administrar, relatar sobre el patrimonio arqueológico y cultural guatemalteco, sentaron las bases para que naciera el interés de la industria turística moderna sobre la región y comenzaran a operar los primeros *tours* con rumbo a Guatemala.

Aunque los datos sobre el comienzo de la llegada del turismo internacional son escasos, podemos rastrearlos en la página de internet *deguate.com*,<sup>34</sup> donde se narra la existencia de algunas empresas norteamericanas: Grace&Company, de San Francisco California, y de la agencia *Pacific Mail, Panam y Grace Line*, que comenzaron a transportar turistas, vía marítima, en el primer semestre de 1920.

Cabe agregar que los primeros viajes, que partían de San Francisco, o de Nueva York, se hicieron por el recién inaugurado canal de Panamá, ocurrida en 1914. El auge de estos

---

<sup>33</sup> Federico Zúñiga en su tesis de doctorado titulada *Patrimonio Cultural, etnicidad y turismo. Procesos de patrimonialización, turistificación y mercantilización en el Totonacapan veracruzano*, comenta que “las zonas arqueológicas no solo fungirán como elementos de instrumentalización política para reafirmar el nacionalismo mexicano, sino también como factor de desenvolvimiento económico” (2016:23).

<sup>34</sup>Estos datos son retomados de la siguiente página de internet <http://www.deguate.com/artman/publish/turismo/historia-del-turismo-en-guatemala-guatemala-una-breve-mirada.shtml#.WSEswGiGPIU> fecha de consulta: 21 de mayo de 2017.

viajes marítimos indujo a las empresas a construir barcos con mayor capacidad para el año de 1932, como la flota Santa Rosa, Santa Elena y Santa Marta. Estos datos coinciden con la llegada al poder del general dictador Jorge Ubico en 1931, quien dotó de concesiones mercantiles a la United Fruit Company.

En la presentación en Power Point del Lic. José Efraín Pérez Calvillo sobre la evolución del turismo en Guatemala,<sup>35</sup> se describe brevemente el traslado de turistas por esta vía, seguida del tren a la capital, también realizados por la empresa Grace&Company, así como la incursión al negocio de pasear “güeros” de la United Fruit Company en 1934, que comenzó a trasladar turistas desde Nueva York a Puerto Barrios y de ahí en tren hacia la capital de Guatemala donde eran trasladados en autobuses a diferentes puntos: Antigua Guatemala, Panajachel y Chichicastenango. En ésta época se observa la creación del primer grupo guatemalteco de guías de turismo, llamado “Los Cicerones”.

Hay que destacar que en 1929 la administración y promoción turística de Guatemala era dirigida por el Comité Nacional de Turismo, representado por empresarios privados. Posteriormente, en 1932, se creó la Sección de Turismo, dependiente de la Secretaría de estado de Relaciones Exteriores, iniciativa también promovida por el régimen dictatorial de Ubico.<sup>36</sup> A partir de la década de 1930 Panajachel comenzó a recibir grupos de turistas

---

<sup>35</sup> La presentación contiene datos importantes acerca de la dinámica y traslado que se realizaba a los turistas en dos principales puertos: Puerto San José, si los turistas provenían de San Francisco California y Puerto Barrios, si éstos provenían de Nueva York. <https://prezi.com/okumgoy-rqus/historia-del-turismo-en-guatemala/> fecha de consulta: 21 de mayo de 2017.

<sup>36</sup> La administración de Ubico (1932-1945) se caracterizó por un enorme control hacia la población indígena, a tal grado que se atrevía a decir ante el público que Guatemala era su finca privada; realizó una serie de modificaciones administrativas, que redujeron los gastos de la burocracia y que por medio del control de la vagancia se realizaban trabajos de infraestructura que requería el país por aquellos años, como la construcción de carreteras, puertos y vías de ferrocarril, esta mano de obra también fue utilizada en las fincas cafetaleras, propiedad de extranjeros y para su beneficio propio. Para ver detalles acerca de este periodo consultar el artículo de Piero Gleijeses *La aldea de Ubico: Guatemala, 1931-1944*, publicado en la revista *Mesoamérica* 17 (junio de 1989) <https://es.scribd.com/document/264671764/La-Aldea-de-Ubico-Guatemala-1931-1944> fecha de consulta: 21 de mayo de 2017.

norteamericanos y europeos que llegaban al país por dos vías: marítima y aérea, debido a la reciente inauguración del aeropuerto internacional “La Aurora”, en la ciudad de Guatemala. Los visitantes se hospedaban en los dos únicos hoteles construidos: el “Hotel Tzanjuyú” y el “Hotel Casa Contenta”, que hasta la fecha continúan operando. Las llegadas masivas de turistas coincidieron con la aparición de la primera de agencia de viajes, “Clark Tours”<sup>37</sup> propiedad del norteamericano Alfredo Clark”, que al principio ofrecía servicios a los trabajadores de la United Fruit Company, posteriormente a los turistas extranjeros. Para 1936, la creciente afluencia turística permitió al Sr Clark construir el hotel *Maya Inn* en Chichicastenango; dicha agencia lleva casi noventa años de servicios.

De 1951 a 1965, la institución gubernamental encargada del turismo cambió en tres ocasiones de nombre y de funciones. Hasta en 1967 se creó el Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT) como se le conoce en la actualidad. Sin embargo, durante la década de 1970 las políticas turísticas se vieron opacadas por el conflicto interno que se estaba gestando y que explotó a partir de 1980. En 1992 se implementó el programa turístico “Mundo Maya”, que abarcó cinco países: México, Guatemala, El Salvador, Honduras y Belice.<sup>38</sup>

Con posterioridad, en 1996, se firmó el “Acuerdo de Paz Firme y Duradera” que acarrió una serie de cambios estructurales, supuestamente en favor de las comunidades indígenas, mismos que durante décadas no gozaron de representación, sobre todo en lo relativo a las políticas económicas, pero que influyeron en la diversificación de su economía

---

<sup>37</sup>Aldous Huxley, en su libro *Más allá del Golfo de México* nos relata su viaje por Guatemala y los servicios de transporte y hospedaje que contrató de la agencia Clark Tours (1986:122). Esta información se completó con el siguiente sitio de internet: <http://www.clarktours.com.gt/pb/acerca-de-nosotros> fecha de consulta: 21 de mayo de 2017.

<sup>38</sup><http://www.entornoturistico.com/que-es-la-organizacion-del-mundo-maya/> fecha de consulta: 21 de mayo de 2017



a través del turismo y en la implementación de programas y rutas, como en el resto de los países latinoamericanos que gozan de diversidad étnica.

En la actualidad el Instituto Guatemalteco de Turismo se encarga de planear e implementar diversos programas, como el denominado *Pueblos Mayas*, que comenzó a operar en el año 2012, obedeciendo a la fecha del calendario maya conocido como Oxlajuj B'aqtun, que supuestamente constituía el final de la cuenta larga. Con este programa se implementaron cuatro rutas temporales que obedecían a dicha celebración: Calendario Maya, Dualidad Maya, Universo Maya y De los B'aktunes. Sin embargo, con anterioridad, el INGUAT ya había planeado y puesto en operación siete rutas nacionales y tres regionales, que involucran a países vecinos.

Las rutas turísticas están relacionadas a temas específicos que corren a lo largo de un territorio. Las rutas nacionales son: la Ruta Ciudad de Guatemala, donde se desarrolla el turismo de salud, cultura y reuniones; La Ruta de Los Pueblos Mayas, que abarca el Altiplano, el Petén e Izabal, donde se realiza turismo rural, cultural y de naturaleza; La Ruta Naj Tunich en el Petén, donde se impulsa el turismo rural, cultural y de naturaleza; La Ruta del Café en el Altiplano, donde además del turismo rural y de naturaleza, se ofrece de deportes y aventura; La Ruta Guatemática, que abarca la zona del Altiplano y el Pacífico, aquí se lleva a cabo turismo rural, cultural y deportes y aventura; La Ruta Vive Xela, ubicada en el altiplano, especializada en turismo cultural, deportes, aventura, de voluntariado y donde hay escuelas de español. Todas organizadas y planeadas por el INGUAT

Por otro lado, las rutas regionales se llaman: La Ruta Maya, que abarca México, Belice, Honduras, El Salvador y Guatemala, con proyectos de turismo rural, cultural y de naturaleza. En La Ruta Colonial y de los Volcanes, que se lleva a cabo entre los países

centroamericanos de Panamá, Costa Rica, Nicaragua, Honduras, El Salvador y Guatemala, se realiza turismo de cultura, naturaleza, rural y de deportes; y la Ruta del Patrimonio Mundial de Centroamérica, también comprende los anteriores países y desarrollos turísticos similares a los anotados.

#### 2.6. *La marca turística: Guatemala. Corazón del Mundo Maya*

En la últimas dos décadas los Estados-nación han creado marcas para la promoción turística o bien, para comercializar con marcas “emblemáticas”, como en el caso del tequila mexicano o del *champagne* francés. Guatemala en el año 2012 creó también su marca. La marca *Guatemala. Corazón del Mundo Maya*. Se creó para promover la identidad nacional con una serie de medidas de *marketing*, que van desde *spots* publicitarios, exposiciones arqueológicas, conferencias en congresos turísticos (nacionales y extranjeros), muestras fotográficas, artesanías, modas y conciertos. La marca muestra “valores” turísticos culturales a los turistas y visitantes, sustentándose en discursos como la diversidad cultural, la autenticidad, la singularización, la diferenciación, la valoración de los recursos culturales y naturales. Sin embargo, considero que el uso de una marca distintiva conduce a percibir un país como una entidad comercial y no política. Percepción que construyen y de la que se benefician sólo unas cuantas familias de la oligarquía guatemalteca y del empresariado nacional en asociación con grandes empresas transnacionales, adjudicándose iniciativas turísticas patrimoniales, medioambientales y culturales, como el complejo arqueológico El Mirador, a cargo de la Fundación Pacuman, descrita por Marta Elena Casaús (2012:118).

Durante las visitas que realicé a Guatemala, que coincidían con las temporadas altas de vacaciones: verano, invierno y semana santa, observé que el INGUAT aprovechaba para promocionar la marca *Guatemala. Corazón del Mundo Maya* por diversos medios. En la

caseta migratoria La Mesilla los oficiales obsequiaban a los turistas folletería y diversa publicidad impresa con pequeños mapas turísticos, financiados por empresas, como la cerveza Gallo. Los mapas, que en ocasiones son obsequiados y otros vendidos en puestos de revistas, se parecen al diseño de los que distribuyen en los parques temáticos, sólo que las imágenes remiten a pinturas elaborados por artistas locales del Lago de Atitlán. Los costados de los mapas sirven para publicitar negocios de comida, hospedaje y entretenimiento, ubicados en la zona turística, y, por supuesto, también traen el logo de la empresa-nación: *Guatemala. Corazón del Mundo Maya.*

Mapa turístico del Lago de Atitlán. Fuente: INGUAT



Coincidió con los Comaroff acerca del “cambio que han tenido las percepciones de las etnicidades por el Estado–nación liberal y su giro, cada vez más evidente, hacia la enajenación de sus legados culturales, a manera de empresas comerciales que imprimen un sello que podríamos llamar la *Nacionalidad S.A.* y crean marcas a partir de estos legados, es un reflejo de cómo los etnonacionalismos se van transformando en un rasgo común de los tiempos neoliberales en la Nueva Era del capital” (2011:184).



Recuerdo que ofrece el INGUAT en sus quioscos turísticos. Foto: Gustavo Sánchez Espinosa

En mi última estancia en campo, semana santa de 2017, el INGUAT mandó a renovar el muelle principal de Panajachel, de donde parten las lanchas a los municipios turísticos con mayor afluencia. También modernizó los muelles de San Pedro, San Juan, San Marcos La Laguna y Santiago Atitlán. Me tocó observar de cerca el proceso de restauración y de inauguración. En la “semana mayor” el INGUAT aprovechó para instalar un pequeño quiosco que diera presencia al instituto y su marca. Éste era atendido por una señorita de la localidad vestida con traje tradicional. Obsequiaba a los visitantes una pequeña bolsa de papel con la marca de *Guatemala. Corazón del Mundo Maya*, que tenía impresa la imagen del Santo Entierro de la Semana Santa de Antigua Guatemala. También repartía unos pequeños

folletos que publicitaban otros destinos. El quiosco se adornó con mantas de plástico que daban la bienvenida a los visitantes y anunciaban la inauguración del muelle; también hacían visible la imagen del Alcalde Municipal y su participación en la obra.



Quiosco turístico del INGUAT en Santiago Atitlán. Foto: Gustavo Sánchez Espinosa

Durante los días que duró la remodelación observé el despliegue de diferentes comités de comerciantes que laboran en las inmediaciones del muelle: el Comité de Playa, el Comité de Artesanía, el Comité de Guías, el Comité de Lancheros y el Comité de los CAT (Comité de Autogestión Turística). Las tareas se reparten entre ellos. Una mañana me tocó observar que el Comité de Artesanías estaba encargado de limpiar las algas que crecen y se atorán a la orilla del muelle y sus alrededores. La limpieza, según me informó el Sr. Diego Tziná, presidente del Comité de pilotos de lancha de Santiago, se organiza entre las asociaciones, y cada semana les toca la limpieza del muelle.

En una ocasión, que me trasladaba en lancha de Panajachel a Santiago Atitlán, comencé a platicar con uno de los pocos ladinos que viven en Santiago y su esposa. Me llamó la atención que el joven conversaba conmigo en voz baja. Cuando arrancó el navío me pidió que mejor fuera a visitarlo a su casa. Días después visité al joven en su Bar, ubicado a un costado de la Iglesia. Él había sido miembro del Comité de Autogestión Turística (CAT) de

Santiago Atitlán, así que me explicó a grandes rasgos cómo funciona el Comité, así como su inconformidad sobre la restauración del muelle.

En su cargo anterior se había hecho la restauración del muelle, que se hizo al gusto del alcalde actual y sus asesores, estos no respetaron la estética del anterior muelle, que él había diseñado años atrás. Según su experiencia en la remodelación de espacios turísticos, el nuevo muelle iba durar poco tiempo porque los materiales no eran los indicados y, además, estaba anclada directamente al suelo. Estimaba que no era correcto porque si llegaba una tormenta no existía la posibilidad de que el muelle se moviera a los lados, y que el sol, la lluvia y la humedad, iban a tronar la madera que le habían instalado. Controversias como ésta, se repiten de manera constante a partir de la disputa por los beneficios que se pueden obtener del turismo.



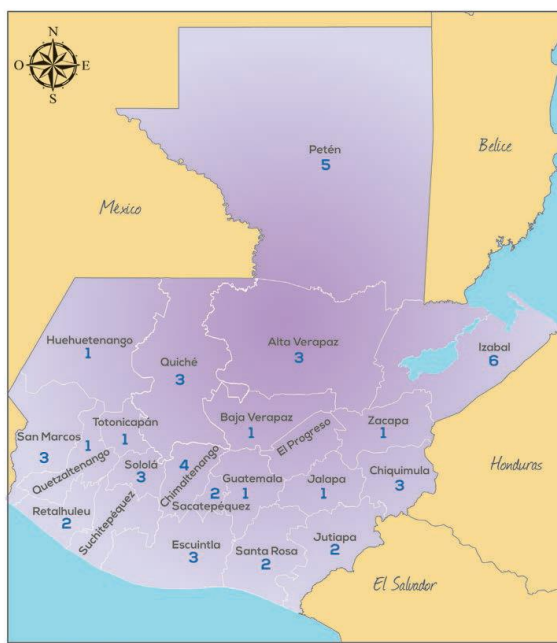
Remodelación del

muelle en Santiago Atitlán. Foto: Gustavo Sánchez Espinosa

### *2.7. Los Comités de Autogestión Turística (CAT)*

Los Comités de Autogestión turística fueron promovidos por el INGUAT en 2004 tras la creación de un acuerdo oficial que establece sus funciones y sus reglas. Lo conforman legalmente grupos de civiles organizados (empresarios) que supuestamente coordinan la descentralización de la actividad turística en el ámbito local. Estos espacios operan para que

participen y se coordinen los actores claves del turismo en la región con los del resto del país. Sus funciones son la identificación, elaboración y capacitación de proyectos con “pertinencia social” a nivel local.



Fuente: INGUAT, 2014

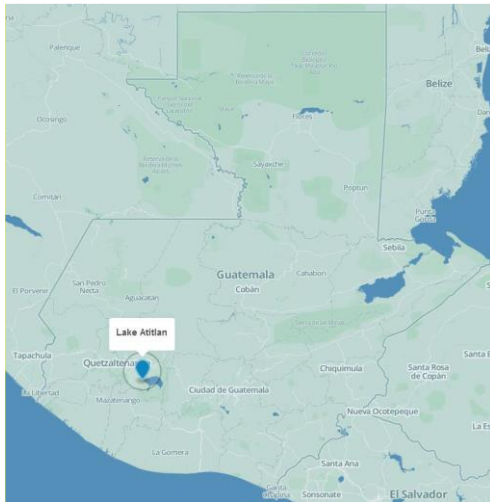
Mapa de Comités de Autogestión Turística por cada departamento. En total son 46 Comités en todo el país. INGUAT

Este recorrido, aunque breve, de la dinámica turística en la región, permite mostrar de forma panorámica las estrategias turísticas que actualmente se desarrollan en la zona lacustre. La intención es exponer que el desarrollo del turismo ha seguido una trayectoria histórica en la que la comercialización de la cultura no es producto de la implementación del mercado neoliberal, sino, al contrario, ha seguido un camino en donde han participado distintas instancias, académicas, políticas, patrimoniales, comerciales, asistencialistas, locales, etc. Pero sobre todo, que éstas no son privativas de Santiago Atitlán, su recorrido ha involucrado a la mayoría de los municipios lacustres y cada uno ha buscado la forma de involucrarse, de una forma u otra, diversificando su economía y comercializando su cultura.

### ***Capítulo III Economía de la identidad en Santiago Atitlán. Escenarios turísticos:***

#### ***Introducción***

El objetivo del este capítulo es, en la primera parte, proporcionar al lector una breve descripción etnográfica con la intención de que conozca a grandes rasgos la dinámica cotidiana del municipio: su gente, actividades económicas, diversidad religiosa, la reproducción de su cultura y la relación cotidiana que tienen con el turismo étnico. El municipio por el que se interesa este estudio se diferencia del resto, porque las políticas turísticas del INGUAT no logran tener la completa aceptación por parte de la población. Sin embargo, esto no implica que no desarrolle el turismo. La descripción que ofrezco es de corte cualitativo y sincrónico. Muestro un par de mapas para indicar la ubicación puntual del área estudiada.







Los cuatro apartados que le siguen abordan los escenarios turísticos destinados a ejemplificar cómo se desarrolla *la economía de la identidad*, misma que opera en diferentes niveles y que es entendida como el conjunto de iniciativas empresariales de corte neoliberal, implementadas por pobladores locales (a través de asociaciones o a título individual) y extranjeros (pequeños empresarios *migrantes por estilo de vida*) que mercantilizan de manera “creativa” con los bienes naturales (paisajes, recursos naturales), mercancías artesanales y elementos culturales (prácticas cotidianas y ritualidades), dirigidas a mercados especiales. En este contexto la cultura y sus productos culturales se le imprimen valores (simbólicos, éticos, estéticos y esotéricos) que anteriormente no tenían.

Considero necesario hacer una crítica a las políticas e iniciativas turísticas excluyentes impuestas en Santiago Atitlán y en los municipios alrededor del lago que intentan mostrar una “identidad étnica positiva” (Bastos, 2007:314), usando como recurso los sentimientos colectivos, como el *orgullo étnico*, y discursos basados en *la ancestralidad*, para promover una imagen tz’utujil para el consumo turístico; esto da como resultado que, sentirse como el auténtico descendiente del reino tz’utujil posiciona a la comunidad sólo simbólicamente, dejando a un lado cuestiones concretas como la reivindicación política o la

defensa territorial. Por lo tanto, se hace uso instrumental de dichos orgullos y discursos, que generan ganancias económicas y se quedan en pocas manos: entre quienes viven en el casco urbano, donde operan los grupos de poder cercanos a la alcaldía y al gobierno central, y utilizando a las personas de las aldeas como servidumbre para la construcción de las obras turísticas y como capital cultural. Siguiendo a Bastos, estas prácticas están generando “discursos neo folclorizados donde la cultura no se vive, se representa, bajo el apoyo de los códigos multiculturales políticamente correctos, que sirven para reforzar la política multicultural” (Bastos, 2007:305).

### *3.1. Etnografía de Santiago Atitlán*

Santiago Atitlán se ubica al sur poniente del lago, enfrente del volcán San Pedro, y rodeado por los volcanes Toliman y Atitlán; es el municipio con mayor extensión territorial en comparación con el resto de los once municipios asentados en la rivera y es uno de los antiguos y principales asentamientos prehispánicos del Altiplano Occidental guatemalteco; también, junto con el municipio de San Marcos La Laguna, son los únicos que ostentan títulos de propiedad comunal de sus tierras. Es el más poblado del departamento de Sololá, y considerado por los demás pobladores de los municipios como el más tradicional y “cerrado” de los doce poblados. Los habitantes del municipio de Santiago Atitlán se han mostrado cautelosos ante algunas prácticas turísticas, pero no han dejado de recibir ingresos por esta actividad; de hecho, según lo descrito por el antropólogo Sol Tax (1936), y estudiado a profundidad por Walter Little (2004), a partir de la década de los treinta, Santiago Atitlán empieza a formar parte del circuito turístico étnico, promovido en el Lago de Atitlán por la política desarrollista del dictador Jorge Ubico.

El turismo étnico tiene restricciones que impone Panajachel, que se ha posicionado como el centro rector de esta actividad en el lago desde hace casi un siglo; aunado a lo anterior, influye mucho la forma de apropiación del espacio de los pobladores, que choca con la percepción de la estética y las nociones de orden y limpieza de los turistas.

Algunos pobladores de Santiago Atitlán, sobre todo las nuevas generaciones, se han insertado en la economía del turismo como prestadores de servicios en los hoteles, restaurantes, como guías de turistas locales y vendedores de textiles. Aunque la principal actividad económica es el comercio, la actividad turística va adquiriendo importancia, sobre todo entre mujeres (cabeza de hogar), madres solteras, jóvenes e incluso en niños.

Debido a su favorable clima, sus tierras son rociadas por la neblina caliente que sube de la boca costa y produce un ambiente ideal para la producción de aguacate tipo Hass, éste es vendido casi en su totalidad a los intermediarios de la ciudad de Guatemala que lo comercializan en las zona cuatro y doce del centro. Por las madrugadas, en los patios de algunas casas céntricas se realizan transacciones comerciales del producto, para inmediatamente transportarlo en los camiones de pasajeros que desde muy temprano se dirigen a la capital. El café es otro de sus productos, desde hace más de ocho décadas; éste se siembra aprovechando la sombra de los árboles de aguacate, aunque lo comercializan cada vez menos debido al bajo precio que ha tenido en los últimos veinte años. Esta producción ha dejado de ser redituable debido a las afectaciones de la plaga de la roya que inició hace dos años, dejándolos prácticamente sin cosecha. Por la estratégica ubicación del municipio con la boca costa, sus tierras son codiciadas para el desarrollo turístico.

Sus pobladores sumaron en el último censo del 2002, a 25,649 personas, para el 2010 el Servicio de Información Municipal estimó el incremento a 44, 920 habitantes; 94 por ciento hablantes de tz'utujil (Isunza, 2012:20). Sin embargo, durante mi última estancia en campo, observé un dato distinto, en un letrero montado por la alcaldía para mostrar el dinero invertido para la rehabilitación del muelle (abril de 2017), indicaba que la población local beneficiada era de 49,631 habitantes.

El municipio está dividido en cantones, núcleos poblacionales cercanos al caso urbano: Chechiboj, Panul y Panaj; y por aldeas, que están un poco más retiradas del pueblo: Panabaj, Ichech-umuc, Ts'anchaj, Chacayac, y Cerro de Oro. El principal medio de transporte que usan cotidianamente los habitantes al interior del pueblo son los mototaxis (*tuc-tucs*), estos operan sólo dentro del casco urbano y en las aldeas cercanas; los mototaxis son también el medio ideal para transportar a los turistas por diferentes lugares del pueblo; también cuentan con transporte de pick-up, que brindan servicios a las aldeas más lejanas; autobuses de pasajeros, usados para viajar a la capital, o automóviles particulares. De suma importancia es el servicio de lanchas, el más solicitado y que se usa para viajar a Panajachel o a San Pedro la Laguna. Este servicio brinda una tarifa especial a los pobladores, siendo 50% menor que el precio que se les cobra a los turistas.

Las actividades principales de los pobladores del municipio oscilan entre la agricultura, la pesca, el turismo y el comercio entre el municipio y la capital. Las tierras más productivas son las que se encuentran a la orilla del lago, aprovechadas para instalar invernaderos y producir jitomate, pimiento morrón, zanahoria y otros vegetales, regados con el agua del lago. Parte de estos productos se destinan al consumo local, vendidos en el mercado municipal o en el mercado de la plaza los días lunes y viernes. El poco excedente

de la producción se comercializa en mercados de otros municipios del lago, sobre todo en San Lucas Toliman y San Pedro La Laguna.

Cabe destacar que una población considerable de hombres que vive dentro del casco urbano se dedica al comercio de diversos productos en la zona cuatro de la ciudad de Guatemala, principalmente mariscos y frutos, adquiridos en la costa. Debido a esta actividad los hombres comerciantes están de lunes a viernes fuera de casa y regresan al pueblo los fines de semana para atender labores del campo o para supervisar las ampliaciones arquitectónicas del hogar. Los varones que viven en las aldeas no corren con la misma suerte, ellos se quedan a trabajar sus pequeñas parcelas o las de otros pobladores, o bien se alquilan como albañiles en las construcciones del municipio: en la construcción del nuevo muelle turístico o de una casa particular. Por lo tanto, para algunos individuos la actividad económica es diversificada y su movilidad aún más, inclusive pueden estar colaborando en una ONG o ser ayudantes de antropólogo.<sup>39</sup> Por sus diversas actividades económicas y sociales hay una fuerte influencia en su identidad perpetuamente cambiante, que se camuflajea en este ir y venir de su localidad a la capital. Los hijos e hijas de padres que cuentan con recursos económicos, o corren con la suerte de conseguir una beca que les otorga alguna fundación internacional, aparte de ayudar en las tareas del hogar, del campo y del negocio familiar, estudian los fines de semana en las universidades de San Pedro la Laguna o en Sololá.

El municipio tiene dos puntos estratégicos por donde llegan y parten los principales medios de transporte de personas y mercancías. Uno se encuentra en el centro del pueblo,

---

<sup>39</sup> Perla Petrich, menciona que las identidades en el lago de Atitlán, están siendo moldeadas en la actualidad por procesos que van de la mano con la globalización: “En la situación de cambios, tanto sociales como culturales, el individuo tiene posibilidades de desarrollar nuevos rasgos identitarios, sobre todo, de tipo profesional. Al mismo tiempo, aumentan sus posibilidades de ocultarlos o, al menos de no manifestarlos si no le conviene. En otras palabras, el individuo puede crear estrategias de opacidad ante su propia sociedad y, aún más, ante el antropólogo” (1999:264).

que es el transporte terrestre, son camiones de pasajeros, que anteriormente eran transportes escolares en Estados Unidos, que parten rumbo a la capital cada media hora, desde las tres de la mañana. *Ninfa de Atitlán* es el nombre una de las líneas de transporte que operan desde las década de 1930. El otro punto es el transporte acuático y se ubica en el muelle, lugar de flujo turístico intenso. Sus actividades comienzan a las seis de la mañana cuando parten las primeras lanchas que ofrecen servicio hacia Panajachel y San Pedro La Laguna, la primera lancha, que proviene de Panajachel, llega a Santiago Atitlán a las 8:00 a.m. Estas tienen una capacidad de 20 pasajeros y salen cada media hora o bien, cuando se ocupan en su totalidad. La mayoría de los dueños y operadores de las lanchas son evangélicos que tienen entre sí vínculos de parentesco, y que se organizan en dos asociaciones de pilotos de lancha. También se pueden contratar servicios particulares en caso de urgencia.

Principalmente son comerciantes y estudiantes los que, desde muy temprano, utilizan este servicio para dirigirse a sus trabajos o escuelas. El recorrido de 35 minutos es parte de la cotidianidad de muchas personas. Todos los atitecos saben que en Panajachel los jóvenes encuentran las mejores oportunidades para obtener una beca de estudio y conseguir empleo relacionado con el turismo o en alguna ONG. Algunas familias que se dedican a la elaboración y venta de textiles tienen un puesto en la calle para su venta en Panajachel, aparte del que tienen en Santiago Atitlán, ya que en el primero hay más movimiento de turistas y pueden vender más tejidos y artesanías que en el segundo.

En las observaciones que realicé en el muelle y en las conversaciones con pilotos de lanchas y guías de turistas locales, pude darme cuenta de que la filiación religiosa, el posicionamiento político y las redes sociales que se construyen en ellas, determinan el éxito en el oficio de prestadores de servicios turísticos.

Genaro es piloto y propietario de una lancha turística, como el resto de su familia nuclear que también está en el negocio del transporte acuático y ofrecen diversos servicios a los turistas. En una charla que mantuvimos en uno de sus días de descanso recordó que cuando era niño, en la década de 1960, los choferes de las lanchas ya traían a turistas a conocer a Maximón, mientras él le ayudaba a su mamá a vender paletas y helados a la gente que iba y venía por el muelle. Hoy Genaro tiene casi 60 años y diariamente baja al muelle ya sea para trabajar o a socializar; siempre va ataviado con chaleco de cuero negro, botas vaqueras y sombrero norteño, lo que le da un aspecto “mexicano”.<sup>40</sup> En ocasiones le llaman por celular sus “hermanos” de la iglesia evangélica de Panajachel, para hacer “tours” especiales a otros municipios de alrededor del lago. Genaro está involucrado en varios escenarios donde se desarrolla el negocio del turismo, comenta que pertenecer a una iglesia evangélica le ha permitido hacer uso de la red para contar con continuas entradas económicas.<sup>41</sup>

Otras actividades extras que realizan los hombres son: cuidadores de chalets o jardineros; mientras que las mujeres se emplean como cocineras o auxiliares de limpieza en las casas de familias extranjeras o de la oligarquía guatemalteca; inmuebles que se encuentran prácticamente deshabitados casi todo el año.

Con lo que respecta a la participación económica de las mujeres, éstas por lo general no migran como sus padres, esposos o hermanos. Se casan jóvenes y se quedan a reproducir

---

<sup>40</sup> También me platicó que años antes hicieron una asociación con otros operadores del pueblo y de esta asociación se dividieron en dos grupos y que constantemente surgen problemas por atraer la clientela y el uso del muelle, lo cual se han derivado en algunos problemas y enfrentamientos individuales por tener el control del muelle. Ahora, con la construcción del nuevo muelle, a cada asociación le dieron su sitio, uno al extremo del otro.

<sup>41</sup> Genaro está asociado con otro “hermano” del templo en la administración de un Chalet que era de una extranjera que falleció y no le dejó a nadie la propiedad, ubicada cerca de la aldea de Cerro de Oro,<sup>41</sup> como ellos eran trabajadores de mantenimiento del inmueble se lo quedaron y ahora lo rentan a los turistas.

los tradicionales roles de género domésticos: crianza y labores del hogar; sin embargo, su aporte económico en la manutención de la familia es significativo, a través de la elaboración de tejidos de telar de cintura,<sup>42</sup> encargados por algunas mujeres locales que comercian con ellos y que viven en el casco urbano. Textiles que se venden para uso cotidiano<sup>43</sup> o para su reventa al turismo en Santiago o en Panajachel.

Otra actividad extra de las mujeres es la elaboración de artesanías con mostacilla: collares, aretes, brazaletes y adornos de ropa femenina de tipo industrial, apegados a patrones estéticos tz'utujiles. La actividad artesanal de la mostacilla fue introducida hace más de treinta años por una familia norteamericana de apellido Lutz.<sup>44</sup> En la actualidad, esta actividad artesanal ha adquirido importancia económica en las aldeas, sobre todo en Chuc-Muc, donde participan madres e hijas para sacar la producción encargada por los comerciantes de artesanías que operan en Santiago Atitlán, San Pedro La Laguna, Panajachel, Antigua Guatemala, San Cristóbal de Las Casas, incluso Estados Unidos y Europa. Esta actividad absorbe prácticamente todo el día para cubrir la demanda de pedidos, llegando a dañar la vista de las productoras, por lo diminuto de las piezas.

---

<sup>42</sup> El artículo *Hilos de vida. Senderos de la mujer tz'utijil, en tiempos de la globalización*, de Débora Manchón Lerman, 2006, UNAM, describe como coexisten dos artes textiles en Santiago Atitlán, una que es consumida por los locales y otras que es producida para el gusto de los turistas, como el bordado de glifos mayas en las prendas.

<sup>43</sup> Muchas mujeres de las aldeas se dedican a la elaboración de textiles y telas, que se conocen son de calidad, algunas son muy buscadas por la propia gente de Santiago para realizar trabajos específicos, como el vestido de novia, un corte de gala o una blusa bordada, sobre todo las mujeres bordadoras de T'sanchaj son las que tienen fama, de hecho los textiles que se venden a los turistas en el centro de Santiago, provienen de las manos de estas mujeres que viven en las aldeas, así que el negocio de los textiles tiene toda una línea vertical de producción que el comprador desconoce y cree que lo están comprando directamente con el artesano.

<sup>44</sup> En una de las charlas que mantuve con un productor de mostacilla, me narró acerca de este caso. La familia Lutz llegó al pueblo hace más de treinta años y la esposa capacitó a las primeras mujeres en la elaboración de la artesanía, posteriormente contrató a un pequeño grupo para que trabajara en su pequeña empresa, pasaron muchos años operando de este modo, hasta que las trabajadoras fueron asesoradas para exigir sus derechos laborales, la pequeña compañía de la norteamericana tuvo que cerrar a causa de este incidente laboral y fue cuando la actividad comenzó a expandirse con las mujeres que viven en las aldeas cercanas al municipio y su producción está destinada a satisfacer la demanda del consumo del turismo internacional.





Señorita artesana de mostacilla en la Aldea de Chuc- Muc. Foto:

Gustavo Sánchez Espinosa

Una mujer, que fue pareja de un exguerrillero de la ORPA (Organización Revolucionaria del Pueblo en Armas), muestra su desanimo por el trabajo que ahora realizan en el mantenimiento de los chalets de los extranjeros:

*Después de firmar los acuerdos de paz, la URNG se desvinculó de las bases. Hay un sentimiento de traición, como que dicen: “bueno, nosotros fuimos, nos la rifamos 10, 11 años en la montaña, y cuando nos desmovilizamos no solo tuvimos que entregar lo que teníamos: nuestro fusil, nuestras armas, todo... Nos dieron un cheque por mil quetzales, un par de botas, una cama y nos mandaron a nuestra misma miseria....” Ya nos engañaron una vez y también hay muchos traumas que no se han podido resolver de la guerra a nivel personal, hay mucha gente que fue combatiente y de repente andan de bolos en las calles o se ven en la necesidad de trabajar en seguridad para cuidar los chalets de los gringos (Marina, 32 años).*

La llegada de los primeros turistas al muelle comienza a las 10:00 a.m. A esa hora, la mayoría de los comerciantes ya abrieron sus puestos de venta de tejidos y artesanías diversas. En la entrada del muelle se sitúan los primeros locales comerciales, fijos y semifijos: venta de tejidos que varían en su diseño, artesanías de mostacilla, sombreros, restos de piezas

arqueológicas (supuestamente de la ciudad prehispánica de los antiguos tz'utujiles, de nombre Chutinamit, que se encuentra al otro lado del lago).<sup>45</sup>

Alrededor del muelle operan pequeños restaurantes de familias locales y resalta un grupo considerable de niños, señoritas y señoras, que laboran los fines de semana y se acercan cuando llegan las lanchas de turistas para intentar vender algo de la artesanía que ellas elaboran o que revenden.

En Santiago Atitlán, al igual que en los municipios de San Pedro, San Juan y San Marcos Laguna, el INGUAT (Instituto Guatemalteco de Turismo), en coordinación con los CAT (Comités de Autogestión Turística) y la Oficina de Turismo Municipal, actualmente han llevado a cabo obras para remodelar los muelles y mejorar el aspecto visual de la calle principal que recorren los turistas. En Santiago Atitlán, se trata del *Paseo Tocoyal*, una calle peatonal donde se representa, por medio de *etnomercancías*, la etnicidad tz'utujil, donde se

---

<sup>45</sup> En la actualidad, la zona arqueológica a la que hago referencia, se puede visitar por medio de la contratación de un servicio de guía local, también alquilar servicio especial de lancha y pagar la entrada al dueño del terreno que, éste se ha dado a la tarea de labrar en algunas rocas, nuevos relieves con motivos “prehispánicos” y se los presenta a los turistas como auténticos. Dicha zona arqueológica, a principios del siglo XXI, empezó a pasar por procesos de turistificación. Según lo relatado por el señor Juan, hace unos años, él, junto con otras personas del municipio y en coordinación con un antropólogo mexicano, conformaron la Asociación “Gran Rey Tepepul”, que tenía como uno de sus propósitos comprar el terreno donde se encuentra la zona arqueológica de Chutinamit y mostrarla al turismo. Según el proyecto que habían planeado, con asesoría del antropólogo mexicano, éste consistía en que el turista interesado pudiera acampar un par de días dentro de la zona arqueológica para que de esta manera conocieran un poco sobre la cultura y la espiritualidad tz'utujil, mediante la celebración de ceremonias mayas. Paralelamente, un proyecto turístico similar venía siendo impulsado por la Universidad del Valle de Guatemala, pero según el joven universitario que lo diseñó, la Asociación Gran Rey Tepepul, no le hizo caso, porque según él, el antropólogo mexicano los estaba influyendo en sus decisiones. Por otro lado, según la versión del Sr. Juan, ex colaborador de la asociación, el proyecto nunca se pudo llevar a cabo porque cuando el antropólogo mexicano llevó el dinero (27mil quetzales) para que se comprara el terreno, el antropólogo cometió el error de entregárselo al presidente de la asociación, el famoso escultor Diego Chávez, y éste solamente les dio seis mil quetzales para la compra del terreno, lo cual provocó que se comprara una fracción más pequeña. Esta situación motivó el rompimiento entre el grupo de locales. El Sr. Chávez argumentó que el resto del dinero lo ocupó para pagar “deudas” de operación que tenía la asociación. El Sr. Juan irónicamente cometa que el Sr. Diego es un “chucho” (perro) para el dinero y que seguramente se lo “huevo” (robó).

concentran la mayoría de los negocios enfocados a los turistas; la población local lo ha rebautizado con el nombre de “calle-gringo”.

Al toparse con el primer crucero de la “calle-gringo” resalta por sus grandes dimensiones un edificio de diseño moderno: la Iglesia Miel, templo evangélico de gran influencia en la población atteca, ésta brinda servicios educativos privados a sus adeptos; cuenta con un salón de eventos masivos que es visitado por miembros de otras iglesias Miel, ubicadas en México y Centroamérica, por lo general realizadas cuatro veces al año.<sup>46</sup> Es un edificio importante en el municipio que sirve de referencia espacial y de actividades religiosas en el casco urbano.

En este mismo crucero se estaciona un grupo de conductores de mototaxis<sup>47</sup> que ofrecen servicio a los pobladores y turistas. Los clientes más buscados son turistas de corta estancia que llegan a visitar los atractivos. Los conductores de mototaxis ofrecen sus servicios para llevarlos a sitios particulares y bien definidos por el circuito turístico: la famosa cofradía del *Rilaj Mam* (Maximón); la casa de Doña Chonita, señora cuyo rostro aparece grabado en la moneda de 25 centavos de quetzal;<sup>48</sup> la parroquia y su convento, dedicado a Santiago Apóstol, con su famoso retablo (en él se representa un sincretismo único); el

---

<sup>46</sup> En una conversación que mantuve con la abogada y líder comunitaria Elena Chiquival, acerca de la influencia de la Iglesia Miel en la dinámica del pueblo, se refería a que los miembros de dicha comunidad religiosa han conformado otra economía en el municipio, basada en la solidaridad y ayuda mutua que se tienen entre ellos. Lo explicaba poniendo el ejemplo de cuando los evangélicos hacen sus eventos, que son cuatro al año, a los que acuden cientos de personas de otros países, como México y Centroamérica, que durante el servicio de culto, el pastor les da una lista a los invitados de los negocios donde pueden hospedarse y comer, que son propiedad de “hermanos” y si en caso de alquilar servicios de transporte de mototaxis, saber distinguir el distintivo que les ponen y que también pertenecen a dicha iglesia.

<sup>47</sup> Según las estimaciones del escribano del gobierno ancestral, en la actualidad operan aproximadamente unos 300 mototaxis (tuc-tucs) en el municipio.

<sup>48</sup> Dicho personaje es uno de los principales atractivos turísticos que se ofrecen a los turistas los conductores de mototaxis o los guías turísticos locales. Conversando con uno de estos guías comentaba que ha habido ocasiones en que algunas mujeres tz’utujiles se han hecho pasar por Doña Cholita para dejarse fotografiar por los turistas y obtener dinero.

mirador; la aldea de Panabaj y su “Parque de la Paz”, donde ocurrió la masacre del 2 de diciembre de 1990; y los restos de las casas que dejó el huracán Stan el 8 de octubre de 2005.

Al subir del muelle, en el centro del pueblo destacan la antigua parroquia, que comparte el centro con las oficinas de la municipalidad, el mercado municipal, dos escuelas públicas y el parque principal, dedicado a la moneda de Q25 centavos de “Doña Chonita”. En este espacio, mantenido y controlado por miembros de Acción Católica, se brindan servicios educativos privados para niños de la comunidad de la asociación religiosa. Como podemos darnos cuenta, las nuevas generaciones del municipio, que cuentan con suficientes recursos económicos para recibir educación privada, están siendo influenciadas por las dos religiones predominantes: la católica y la evangélica, a través de la educación que les brindan.

Un dato interesante, proporcionado por un miembro de Acción Católica, es que en los últimos años, algunos sacerdotes han intentado lanzar una iniciativa para enrejar el área de la iglesia para su futura patrimonialización, museificación y turistificación. Este proyecto significa cobrar una cuota de entrada a los turistas y visitantes que quieran conocer la iglesia, el retablo, su convento y las imágenes religiosas, consideradas ya, por este grupo como “arte sacro”, tal como sucede en San Juan Chamula, Chiapas, donde se cobra la entrada para la exhibición de la ritualidad indígena. Sin embargo, el proyecto lo han frenado los miembros de las cofradías y la autoridad tradicional o “ancestral” (El Cabecera) porque consideran que la construcción de la iglesia, así como de todas las piezas sagradas que a su interior se encuentran, son propiedad del pueblo de Santiago. Argumentan que el templo está construido en terrenos comunales. Esta cuestión sobre la patrimonialización de la iglesia ha tenido sus problemas secundarios, como el caso de la remodelación de la figura del Santo Entierro, que fue restaurada a solicitud de las cofradías y de la autoridad ancestral, labor llevada a cabo por

un famoso escultor local y que sus resultados no convencieron a los pobladores. Posteriormente, los sacerdotes de la iglesia demandaron a las autoridades tradicionales, entonces se generó un fuerte conflicto, que derivó en demandas ante los tribunales de la capital por haber alterado una pieza de arte sacro considerada por el Instituto de Antropología de Guatemala como de propiedad nacional.

El atrio de la iglesia es un lugar estratégico, frecuentado por guías y conductores de mototaxis, que conducen a los turistas hasta el lugar. Aquí el visitante se toma la foto del recuerdo con el fondo de la parroquia, la imagen se completa con alguna señora tz'utujil vestida con traje tradicional que ande merodeando por ahí y se acerque a vender tejidos o artesanías, pero básicamente es su imagen fotografiada la que vende.



Mujer tz'utujil fotografiada por turistas

japoneses. Foto: Gustavo Sánchez Espinosa

Son dos las principales religiones que predominan en el pueblo. Una, la católica, que a la vez se divide en tres vertientes: Acción Católica, que se congregan alrededor de los sacerdotes; tradicionalistas, que se organizan en las cofradías y le rinden culto al Rilaj Mam; y los católicos carismáticos. Con relación a los evangélicos, se encuentran con mayor

presencia La Iglesia Miel y Alfa y Omega. Pero no son las únicas, hay que destacar que son 43 templos evangélicos de diferente denominación. La diversidad religiosa es muy marcada e influye considerablemente en la organización social y en la arena política del municipio; por ejemplo, un alcalde evangélico mantendrá fuertes alianzas y lazos políticos-económicos con miembros de su denominación, tal como sucede en la actualidad. Por lo anterior, considero que un tema que queda por indagar es la relación entre política y diversidad religiosa en el municipio.

El crecimiento urbano es notorio en el municipio. Y el cambio sociocultural de sus nuevas generaciones lo es aún más. Por sus calles estrechas, que suben y bajan, se observan nuevas construcciones de tabicón con diferentes diseños arquitectónicos. Cabe destacar que la construcción de casas de piedra volcánica, como tradicionalmente se construían, me narra un albañil, *ya no las piden las familias locales, por lo cara y lenta que resulta construirla, ahora solamente la pagan los gringos*, que en caso de hacerse están destinadas a viviendas de extranjeros o a establecimientos comerciales donde se venden teléfonos celulares, ropa de moda, o cafés internet.

Es interesante observar la nueva dinámica que introduce el acceso a nuevos sistemas de comunicación, por ejemplo, los cafés internet, en estos los chicos de las escuelas se reúnen por las tardes a realizar tareas o a revisar su *Facebook*. La televisión por cable prolifera en el casco urbano, las compañías compiten en precios por los clientes de la cabecera, pero no hay interés por llevar la red a las aldeas. Por la noche, en la plaza del pueblo, los adultos salen a mirar o comprar en los puestos de ropa “de paca”, juguetes de segunda mano y herramientas usadas. Ya entrada la noche, se instalan a un costado de la iglesia los puestos de “churrasquitos” y pollo frito que sacian el hambre de muchos de sus pobladores al regresar

del trabajo. El ambiente nocturno de la gente es más alegre que de día, ya que muchos habitantes regresan de sus empleos y salen a pasear o cenar con la familia.

A comparación de Panajachel, Santiago Atitlán posee más edificios de varios pisos, algunas corresponden a las iglesias evangélicas; en los principales barrios del centro se observa sobrepoblamiento, quizá por el expendio de servicios como el internet, la televisión por cable y acceso a las escuelas, que en cada cantón hay una. Santiago Atitlán está creciendo “para arriba” (en viviendas de segundos pisos), en las aldeas cercanas pasa lo contrario, la población está migrando a las inmediaciones del casco urbano.

En las interacciones entre tz’utujiles del casco urbano con los tz’utujiles de las aldeas, se ha construido una diferenciación “étnica” y de clase: los segundos son catalogados como “más indígenas” que los primeros; también distinguen entre la clase pudiente y los de la humilde, ya que los que viven en las aldeas, cotidianamente se trasladan al casco urbano para trabajar en los negocios de los tz’utujiles comerciantes prósperos.<sup>49</sup>

Aunque es notoria la actitud colectiva, que descansa en el sentimiento del *orgullo étnico* en la gente de Santiago Atitlán, a diferencia de otros pueblos con mayor “atractivo” turístico, pareciera que este aspecto no es suficientemente convincente para llamar la atención

---

<sup>49</sup> En una ocasión, platicando con las chicas integrantes de la etnoempresa *Mayan Life Travel*, acerca de la selección de pareja, una de ellas me confesó que se fijaba en un chico que viviera en el municipio y por el tipo de *skaw* que traía; si lo veía muy maltratado y se veía que los días de misa siempre iba vestido con su mismo pantalón corto, significa que el muchacho era pobre o tal vez de una aldea, “porque si tuviera pisto (dinero) se reflejaría en la calidad de su ropa, porque son caros mandarlos a hacer los *skaw*. En otra ocasión, durante una práctica de campo que realizamos en el centro del pueblo, que consistía en visitar los principales sitios de hospedaje, averiguar su costo y tipo de servicios, me pude percatar de una situación étnico de clase: entramos a un hotel que se llama “El Pescador”, la chica líder del grupo se animó a entrar ella sola a preguntar, ya que el resto eran un poco tímidas. A los dos minutos Lola regreso enojada porque la recepcionista, que vestía igual que ella, “corte”, la había tratado mal y le negó toda información. Al día siguiente regreso Lola vestida con pantalones de mezclilla y arreglada a la usanza no tradicional. La actitud de la misma recepcionista fue diferente: le otorgó toda la información que le solicito. Lo que observamos es que al interior de Santiago Atitlán el trato entre indígenas está permeado por condiciones de clase y étnicas.

del turista, que está en la búsqueda de la *autenticidad*; sólo los aprendices de antropólogos, trabajadores de ONG y románticos de la cultura maya tz’utujil se acercan a él.

Pareciera que Santiago Atitlán es un lugar que aparentemente no puede “entretenerles” ni ofrecerles nada singular, sólo el exótico y misterioso culto al Rilaj Mam, la iglesia de Santiago Apóstol (con su retablo finamente tallado) y un recorrido por sus principales calles en *tuc-tuc*, que se pueden realizar en un par de horas. Estas son las actividades y atractivos que puede hacer el visitante; es de considerar lo limitado del tiempo, a las cinco de la tarde sale la última lancha de regreso a Panajachel o a San Pedro La Laguna. Si alguien se queda es bajo el riesgo de enfrentar una cotidianidad nocturna que no es nada cosmopolita, como la que se observa en San Pedro o en San Marcos La Laguna, es más bien la lógica indígena tz’utujil, de la que tanto busca y que han escrito los antropólogos.

En Santiago Atitlán operan quince hoteles, doce son pequeñas propiedades de tz’utujiles que funcionan únicamente cuando la Iglesia de Jesucristo Palabra Miel hace sus retiros. Los tres hoteles restantes son los más grandes, propiedad de extranjeros (Bambú, Tiosh Abaj y Posada de Santiago) y se encuentran en venta.<sup>50</sup> Por lo tanto, siempre hay habitaciones disponibles para los viajeros, aunque sea en temporada alta de turismo y esto se debe a la acaparación de clientes en Panajachel. El hotel “El Pescador” que se encuentra sobre la avenida principal (“Calle Gringo”), y en donde se concentran todas las tiendas y establecimientos de venta de tejidos, artesanías y recuerdos, pasa por lo mismo: sus habitaciones prácticamente están vacías. El único con clientela es el restaurante-bar que se

---

<sup>50</sup> Durante la última estancia en campo (abril de 2017), que tenía como objetivo observar la afluencia turística durante la celebración de la Semana Santa, el hotel donde se veía más movimiento turístico era en la Posada de Santiago, ya que en sus costas, cercanas a la orilla del lago, es donde históricamente la Cofradía de la Santa Cruz lava la ropa del Rilaj Mam. Algunos turistas se hospedan en este hotel porque pueden observar el ritual en primera fila.



ubica en la planta baja, su éxito se debe a que cuenta con enormes ventanales y desde el interior se puede observar todo lo que pasa en “la calle de los gringos” sin tener que estar aspirando el penetrante olor a humo de diésel de los camiones que llegan de la capital.

Los comerciantes y pequeños empresarios locales que se dedican al turismo en Santiago han intentado estrategias junto con las autoridades municipales y el INGUAT para incentivar a que los turistas pernocten por lo menos un par de noches en el municipio. Pero parece que la misma cotidianidad tz’utujil repele a los turistas, acostumbrados a dar la vuelta por la noche, a tomar una copa en un bar, después en otro y así, hasta que amanece, tal como ocurre en San Pedro La Laguna o en Panajachel. Inclusive al turista espiritual le es más atractiva la espiritualidad tz’utujil *new age* de San Marcos la laguna que la espiritualidad tz’utujil de los católicos tradicionalistas, que rinden culto al Rilaj Mam en su cofradía y realizan ceremonias mayas para petición de lluvias en las cuevas de los cerros.

Algo ocurre en la lógica interna de Santiago Atitlán que atrae y repele a la vez a los visitantes, quizá sea la organización espacial o lo caótico y descuidado de sus calles o porque tal vez los turistas no se sientan identificados con el ambiente cultural del lugar. Si a un visitante externo se le antoja salir una noche a tomar una copa, solamente tiene cuatro opciones que se adaptan al perfil socio-cultural del turista: el Bar Claoroscuro, ubicado a un costado de la iglesia, propiedad de un ladino, cuya familia ha vivido por generaciones en Santiago, que cierra sus puertas a media noche; el bar Quilas, cerca del muelle y de la iglesia Miel, propiedad de un extranjero que abre solo los días viernes y sábados con horario restringido y al cual sólo asisten voluntarios extranjeros que colaboran con ONG; el bar de la Posada de Santiago, que tiene precios caros y por lo mismo excluye a la población local, dando preferencia a los extranjeros; y el bar Las Lagartijas, enfocado en atender a los clientes

que se hospedan en el hotel Bambú. El resto de los bares y establecimientos en donde se vende “trago” son frecuentados por la población local, que no está acostumbrada a compartir sus espacios con el turista, ni quiere que algún gringo, deseoso de una experiencia auténtica, asista a un “bar de indios”, donde se escuche música “de bolos”, y tampoco quiere que lo vean los ojos curiosos de los güeros cuando inhala cocaína sobre las mesas, o que le vean escupir en el piso, mientras bebe su cubeta de cervezas y escucha música nortea.

Pareciera que impera en el municipio una especie de dinámica sociocultural que es solamente entendida y acatada por los mayas tz’utujiles de Santiago y el turista que no está dispuesto a convivir con ella tal y como se les presenta, tendrá que regresar a “Gringotitlán” a compartir el espacio con los “posthippies” y jóvenes chapines que llegan los fines de semana a divertirse y conocer extranjeras a las discotecas.

Esta reflexión viene a colación por un comentario que me hizo un amigo tz’utijil, antiguo miembro del gobierno ancestral, crítico de su propia cultura y también del espejismo que produce el turismo:

*El turismo vos, lo que quiere es pues pleitesía, llegás y te ubican y te dicen que eres el mejor, que nosotros somos los exóticos, pero Santiago nunca lo va a aceptar de por sí, Santiago siempre va a tener ahí un orgullo indígena tz’utujil que lo va a hacer entrar en conflicto con estas otras formas de vida, que se consideran de afuera y entonces dicen: de aquí somos nosotros, es nuestro territorio, no nos van a mandar, no nos van a decir cómo lo vamos a hacer y puede ser que haya alguna alianza en algún momento, pero no termina de ser así, o sea, todo el contexto tz’utujil opera para que se destruyan estas iniciativas (Amox, 53 años).*

### 3.2. El Barrio de gringos.

Al igual que en los municipios de San Pedro y San Marcos Laguna, Santiago Atitlán tiene su “barrio gringo”. Este se ubica en la entrada del pueblo, en terrenos a orillas del lago, pertenecientes al cantón Chachiboj. En el barrio habitan también algunas familias de la

capital que tienen sus casas de fin de semana, como la del empresario de alimentos Pollos Campero, sin embargo la cantidad de familias extranjeras es mucho menor en comparación con los que viven en Panajachel, San Marcos o en San Pedro La Laguna.

La familia Lutz es una de estas, ellos llegaron en la década de 1970 y han tenido una importante incidencia en el rescate cultural y en el desarrollo económico, sobretodo de las mujeres, ya que la esposa introdujo y capacitó a las primeras madres de familia en la elaboración de artesanías elaboradas con mostacilla, como mencioné en el apartado anterior. El padre de familia, Roberto Lutz, músico, fue precursor en grabar y difundir a los grupos musicales tradicionales tz'utujiles, iniciativa que auxilió en el rescate cultural del municipio. Por otra parte, el hijo mayor de la familia Lutz, Xelani, ha costeado por más de cinco años un proyecto cultural llamado *Archivo Digital Etnográfico Atitlán*,<sup>51</sup> iniciativa que tiene la misión de preservar y difundir, con fines educativos, la memoria visual y algunos documentos históricos de los pueblos de alrededor del lago. Para ello ha instalado un par de casetas con computadora en San Pedro y San Juan La Laguna, en las que los habitantes y turistas pueden ver fotografías que muestran cómo eran las poblaciones décadas atrás. Sin embargo, cuando Xelani instaló la cabina en una oficina de la iglesia en Santiago Atitlán, algunos pobladores, principalmente del grupo de Acción Católica, empezaron a hacer mal uso de las imágenes fotográficas,<sup>52</sup> ya que las comenzaron a reproducir para fines económicos. Cabe señalar que los Lutz son muy reconocidos y queridos en el municipio, ya

---

<sup>51</sup> Para consultar la dirección de internet del Archivo ir al siguiente enlace: <http://archivoatitlan.org/> fecha de consulta: 31 de mayo de 2017.

<sup>52</sup> En una charla que mantuve con Xelani Lutz, comentó que ha llevado una labor exhaustiva, sin embargo, algunas gentes de Santiago se han aprovechado y han reproducido las fotografías, lo que le preocupa, ya que muchas son de archivos familiares y puede haber problemas por los derechos de autor.

que han llevado a cabo muchos proyectos de rescate cultural y se han solidarizado con el pueblo en momentos difíciles.

Son pocas las familias extranjeras que viven en Santiago Atitlán; al igual que en San Marcos La Laguna, tienen su propio centro escolar (al que asisten sus hijos) y una pequeña tienda de abarrotes que la población local le llama “tienda gringo”, situada sobre la “calle gringo”. El propietario es un atiteco que les consigue productos que acostumbran consumir.

Otra población pequeña, principalmente de jóvenes extranjeros que viven en el casco urbano, son los voluntarios de las diversas ONG, quienes regresan a sus países cuando terminan su temporada de trabajo. De esta población extranjera, que vive en el casco urbano destaca un pequeño grupo de estadounidenses atraídos por la espiritualidad maya tz’utujil y por el sistema de cofradías, que trataré en el escenario del culto al *Rilaj Mam*.

Aunque la dinámica turística de la mayoría de los municipios parece similar, observo que en Santiago Atitlán hay dificultad para operar algunas iniciativas, sin embargo se hace uso de algunos escenarios en los que se reproduce la *economía de la identidad*. En contextos particulares se ponen en juego ciertas capacidades o distinciones identitarias relacionadas con el *orgullo étnico* y la *ancestralidad*. Es constante escuchar entre sus pobladores discursos acerca de que son un pueblo “rebelde” y “autónomo”, que logró expulsar al ejército y donde se originó la cultura tz’utujil; sin embargo para los turistas es visto como un municipio caótico, contaminado, lleno de “bolos” y “brujos”. Por supuesto, estas atribuciones forman parte de sus acervos culturales, que dotan de atractivo y a la vez de repulsión. En los siguientes apartados me detendré en presentarles los escenarios que fueron evidentes en la reproducción de la *economía de la identidad*.

### 3.3. Primer escenario: Los guías de turistas locales y el muelle

Los objetivos de este escenario son, mostrar al lector las instituciones locales que intervienen en la promoción, coordinación y vigilancia de la actividad turística del municipio; segundo, visibilizar los diferentes grupos de guías turísticos locales que a diario laboran en el muelle, así como los conflictos que surgen entre ellos por atraer a la clientela; tercero: abordar los relatos que ofrecen los guías locales a los turistas.

Al descender de la lancha y comenzar a recorrer el andador turístico de Santiago Atitlán, inevitablemente los turistas son interceptados por las *patojitas* (niñas) que quieren vender algún recuerdo, o por hombres locales que te dicen: ¡*Maximón, Maximón, lo llevo a ver a Maximón!!* En estos personajes y la actividad que realizan, está enfocado este apartado. Los guías de turistas varían en edad, en la manera en cómo visten, en los argumentos que usan para abordar al visitante: hay algunos que solamente se concretan a decir: ¡*Maximón lo llevo a ver a Maximón!* Otros se acercan con más “profesionalismo” y ofrecen sus cartas de *tours*. Las estrategias de convencimiento son infinitas, saben que tienen pocas horas para encontrar clientela y deben conseguirla a como dé lugar antes de que sean las cinco de la tarde y los turistas regresen a sus hoteles en Panajachel.

El oficio de guía de turista local en Santiago Atitlán inició en la década de 1950, justo cuando Mendelson hace su trabajo de campo, con la popularización y comercialización del culto al *Rilaj Mam* y la llegada de las primeras flotas de lanchas motorizadas. Así lo relató Genaro, de 60 años, propietario de una lancha, quien recuerda que llegaban turistas al muelle a conocer la cofradía de la Santa Cruz y ya había personas locales que los guiaban hasta la cofradía. En el intento por comprender cómo operan los guías me acerqué a las instituciones

locales que los organizan para gestionar, diseñar y vigilar, el funcionamiento de sus actividades turísticas; entre ellas, la alcaldía, la oficina de turismo y el INGUAT.

*a) La alcaldía.*

El alcalde, junto con dos síndicos, cinco concejales y sus respectivos suplentes, son los representantes del estado guatemalteco; elegidos cada cinco años, de acuerdo a “la estructura multipartidista que se instituyó al iniciarse el proceso de reconstrucción política y de paz en 1996” (Isunza, 2012:23). Dentro de sus funciones se encarga de coordinar, junto con la oficina de turismo, la operación del muelle y lo relacionado con el resto de las actividades. Así me lo hizo saber el alcalde durante la presentación de mis credenciales de la universidad. En ausencia del titular se encontraba el segundo presidente municipal que, después de mi breve presentación y exposición de motivos, inmediatamente me canalizó con la recién creada Oficina de Turismo de la Municipalidad.

*b) La Oficina de Turismo de Santiago Atitlán*

La Oficina de Turismo en Santiago Atitlán fue creada por la municipalidad en el primer semestre de 2016, para cumplir dos objetivos: a) gestionar proyectos y diseñar nuevos atractivos, para lo cual se contrató a una mujer graduada en turismo, quien tiene una oficina dentro de las instalaciones de la municipalidad; b) coordinar y vigilar las actividades turísticas, para la cual se tiene planeado construir una caseta en el nuevo muelle que fue inaugurado en abril de 2017. Esta caseta también servirá para atender quejas y dudas a los turistas, ya que se detectó que los visitantes se quejaban del mal trato recibido y del cobro exagerado por algunos guías de turistas locales.

Cabe destacar que en años anteriores no había interés, por parte de la municipalidad, en atender los temas del turismo, pero con la nueva inversión en el muelle que destinó el

INGUAT, una condición fue que en Santiago Atitlán se contara con una caseta de atención al turista y poner orden con los guías de turismo, como en el resto de los municipios del lago; también debía posicionar a los miembros del CAT (Comités de Autogestión Turística), pequeños empresarios que no son originarios de Santiago, como mediadores y gestores de recursos económicos ante las dos instancias.

En las ocasiones que visité a la promotora, que contrató la municipalidad para dar solución a las cuestiones pendientes del turismo, estaba diseñando el tríptico que contenía los principales atractivos del pueblo. Paralelo a esta actividad realizaba un video promocional con los mismos lugares del tríptico. En una ocasión la acompañé a levantar imágenes del Mariposario.<sup>53</sup> Su recién nombramiento tenía muchos retos, pero su preocupación mayor era que la municipalidad no contaba con financiamiento para operar la oficina de turismo, ni siquiera para mandar a imprimir los trípticos. Sin fondos, su capacidad operativa era nula, aunque tenía planeadas varias actividades para posicionar a Santiago como destino turístico. Una de estas actividades era distribuir los trípticos en las principales operadoras de tours en Panajachel.

La encargada de la oficina me explicó acerca de las rivalidades y conflictos entre los dos grupos de guías de turistas que se disputan la clientela: los guías “comisionistas” y los guías “autorizados” por el INGUAT. Los primeros son quienes han adquirido experiencia a través de los años, son cinco hombres de edad avanzada que visten traje tradicional, solamente dos de ellos trabajan diario. Por otro lado, los *guías autorizados* son jóvenes que han recibido cursos de capacitación del INGUAT, portan chalecos tipo fotógrafo en color

---

<sup>53</sup> El Mariposario que hago referencia, se encuentra en la entrada del pueblo, muy cerca de la Aldea Chuc-Muc, es propiedad de un ingeniero en Ecología proveniente de Chichicastenango, que ha ido construyendo poco a poco y es presidente del Comité de Autogestión Turística de Santiago Atitlán.

caqui. De trece que capacitó el instituto solamente dos prestan a diario sus servicios, el resto buscaron otras formas de ganarse la vida o migraron a la capital, porque, según la promotora, la actividad turística en el municipio es muy baja.

Durante la estancia de campo, en enero de 2017, la promotora de turismo y yo habíamos planeado una capacitación para mejorar la atención al turista. Estaba dirigida a los guías de turistas comisionistas con el objetivo de que la municipalidad les extendiera una constancia de capacitación. El objetivo era acabar con las difamaciones, por parte del grupo de guías “autorizados”, quienes los acusaban de engañar a los turistas inventándoles historias y haciendo cobros excesivos. Unos meses atrás la promotora había intentado capacitar a los comisionistas a través del INGUAT, pero el Instituto les solicitaba a los guías que supieran leer, escribir y tener un grado mínimo escolar. Esto no lo cumplían la mayoría de los comisionistas. La capacitación también tenía por objetivo que yo pudiera acercarme a ellos, ya que cuando intentaba platicar en el muelle se negaban, argumentando que estaban trabajando.<sup>54</sup>

A estos dos grupos se suma otro que surgió hace poco tiempo: no han recibido capacitación y tampoco cuentan con experiencia; lo único que tienen como *medio de producción* son sus mototaxis (Tuc-Tuc). Se desempeñan “paseando güeros” por los lugares más atractivos del pueblo, como los lavaderos a orillas del lago, sobre los que explican que son *las lavanderías de sus ancestros los mayas*, y que las piedras de lavado son las mismas que usaron los antiguos tz’utujiles.

---

<sup>54</sup>Bajamos al muelle en dos ocasiones a invitarlos a la capacitación y decían que si llegaban por la tarde a las oficinas y jamás asistieron. María Juana cada vez se desanimaba más, porque notaba la negativa de los guías para capacitarse y de crear un ambiente de compañerismo en el muelle.



A diferencia de San Juan La Laguna, donde los guías de turistas también echan mano de su etnicidad y donde han diseñado en colectivo circuitos turísticos y senderos interpretativos, los guías de Santiago no han querido estandarizar tarifas, ni organizar un circuito en común entre ellos, así que cada guía planea su ruta y cobra tarifa diferenciada, según sus alcances e intereses personales.

Un dato etnográfico que observé durante mis visitas al Parque de la Paz,<sup>55</sup> un lugar donde se alberga la memoria histórica colectiva del pueblo, que forma parte del circuito turístico, fue acerca de los relatos *in situ* que presentan los guías de turistas a su clientela. Estos tratan de imprimir una *marca distintiva* de su otredad. Siguiendo a los Comaroff: “aprovechar lo que los hace diferentes y hacerlo en los términos con los cuales la diferencia se representa, se comercializa, se hace transable, que es por medio del mercado” (2011:45); los guías hacen uso de los valores o sentimientos étnicos colectivos: el *honor étnico*, y discursos basados en orígenes comunes como la *ancestralidad*, pero no como uso de recursos históricos que se presentan como ancestrales, sino más bien en el sentido en el que nos proponen el matrimonio de los Comaroff (2011:12), que nos remite a una conciencia nueva que sobrepasa el discurso de lo político para posicionarse como política económica.

El Parque de la Paz es similar a aquellos lugares que, los Comaroff, inspirados en Cook, (2005b:293) analizan donde sucedieron masacres, como en Ruanda, ahora cargados de ciertos valores mercantiles; los autores de *Etnicidad S.A.*, se refieren a estos espacios como “auténticos vestigios de la violencia donde se fusionan con la *economía de la identidad* (2011:222). Algo que coincide con lo que señala Francisco Ferrándiz, quien con base en la

---

<sup>55</sup> El Parque de la Paz es un lugar bastante frecuentado por los guías de turistas locales que llevan a los visitantes a explicarles cómo ocurrió la masacre. Se encuentra en un terreno afuera del pueblo, donde anteriormente estaba el destacamento militar y perpetraron la masacre a la población el 2 de diciembre de 1990

formulación de Pierre Nora, define a los “lugares de la memoria”, como una nueva correspondencia con el pasado, permeada por las relaciones mercantiles: “con el nuevo tipo de relación con el pasado, da lugar a una nueva sensibilidad para anclar, condensar y expresar el capital de la memoria colectiva y que dichos lugares tienen un carácter polifónico, controvertido, híbrido, mutante y transformador (2011:28).

Notaba que los relatos de los guías de turistas locales en la Plaza de la Paz variaban en cada uno, dando distintas versiones a los turistas sobre lo acontecido el día de la masacre, ocurrida a principios de la década de 1990. Para algunos guías, de filiación religiosa evangélica, la causa de la represión fue que la población local fue a molestar a los miembros del destacamento militar a sus instalaciones y estos reaccionaron ante la agresión. Mientras que para otros guías locales, de adscripción católica, el destacamento del ejército continuamente cometía agresiones y desapariciones de la población, hasta que llegó el día en que los habitantes, cansados de vejaciones, ya no permitieron más abusos; estas distintas versiones me sugieren investigar a futuro la relación entre las adscripciones políticas y las creencias religiosas, mismas que ofrecen explicaciones diversas sobre un hecho social y sobre la vida cotidiana, pero que, bajo el interés de análisis del turismo permiten observar diferentes versiones de un pasado cercano y relatado al visitante.

#### *3.4. Los Guías de Turistas autorizados por el INGUAT y los comisionistas*

La rutina diaria durante mis estancias en Santiago Atitlán, era bajar al muelle en dos horarios: a las 9:00 a.m. y a las 12:30 p.m. estos horarios me permitían averiguar quiénes eran los guías locales más constantes con el fin de solicitarles charlar por la tarde y no interferir en sus labores. Del grupo de guías autorizados por el INGUAT sólo uno bajaba a diario al muelle.

Los turistas de corta estancia comenzaban a arribar a partir de las nueve de la mañana (9:00a.m.), ya sea por lancha pública (turistas jóvenes extranjeros o parejas) o por una lancha de alquiler privado (cuando se trata de una familia extensa o un grupo de turistas extranjeros de la tercera edad). La lancha privada se usa para recorridos alrededor de distintos puntos: Santiago Atitlán, San Pedro, San Juan, y San Marcos. El tiempo que el turista permanece en Santiago es de una hora a dos, lo que provoca que los guías se sientan con la presión de conseguir turistas y obtener mejores ganancias a como dé lugar.

Néstor es el único guía de los autorizados por el INGUAT que ofrece servicios diariamente. Tiene 27 años, es soltero y aún vive con su familia; desde hace seis años trabaja como guía y ha tenido que pedir préstamos para pagar su especialización, ya que los cursos que imparte el INGUAT cobran cuota de recuperación. Hasta ahora él ha cursado tres niveles de capacitación. El nivel 1 autoriza ser guía local; el nivel 2, guía regional; y el nivel 3, trabajar como guía por todo el país. Los gafetes de diferente color que el INGUAT otorga son para diferenciar ese rango. Néstor cobra por un tour “profesional” en Santiago 40 dólares. Señala que es necesario que se regule a los guías, porque hay hasta niños y muchachos, que sin tener preparación, sin pagar impuesto y sin ir a capacitación, ganan 500 quetzales diarios. El gana más o menos 250 quetzales diarios, pero hay comisionistas que ganan el triple y que jamás fueron a la escuela, dice. La temporada de invierno es la más importante para él, desde el mes de diciembre hasta mediados de febrero, si no aprovecha este período debe buscar el modo de solventar sus gastos de otra manera. El idioma inglés, necesario en este trabajo, lo ha ido aprendiendo en contacto con los turistas. El grupo al que pertenece se ha ido disgregando poco a poco, sus compañeros han optado por otro oficio porque dicen que el turismo no es constante. Recuerda que en 2014, cuando su grupo estaba más unido, quisieron

organizar una caseta de guías locales como la de San Juan La Laguna, pero los comisionistas, sobre todo los que manejan mototaxis, se opusieron. Ya que los mototaxistas no sólo quieren desempeñarse como guías sino también como taxistas locales a la vez. Esto motivó distanciamiento entre los dos grupos: los guías autorizados decían a los mototaxistas que no podían dedicarse a las dos cosas porque no estaban capacitados para atender al turismo.<sup>56</sup>

Néstor comenta que cada guía planea su propia ruta, su manera de trabajar y los lugares a donde lleva a los visitantes. Sobre todo cuando se trata de la elaboración de textiles, ya que cada quien lleva a los turistas con artesanos que mantienen algún tipo de convenio mercantil, o bien, por lo general, se invita a sus propios parientes. En cuanto al origen de los relatos que presenta a los turistas comentó que, principalmente lo relacionado con Maximón, se lo narró su abuelo, quien fue cofrade y sabe mucho sobre la *costumbre*. Otras fuentes son los libros de antropología, destaca: *Los escándalos de Maximón* (1952) de Mendelson.

Su ruta siempre la realiza a pie, comienza en el muelle, sube por la calle principal (calle gringo) se detiene en la casa de una señora de nombre Doña María, quien hace una representación de cómo ponerse el tocoyal, peinado tradicional de las mujeres, ahora casi en desuso. El tocado solamente lo usan mujeres de edad avanzada durante los días de fiesta, por lo que su exhibición se ha exotizado. Resalta Néstor que Doña María es muy famosa en internet<sup>57</sup> y recibe cooperaciones voluntarias, a diferencia de “Doña Chonita”, que su tarifa es de Q.100. Después de la demostración, Néstor lleva a los visitantes a hacer la “caminata en el mercado”, *para que conozcan un mercado maya ancestral*, agrega. Después los conduce

---

<sup>56</sup> Néstor descalifica al guía comisionista Fernando, *porque no sabe hablar ni bien el español para atender a los turistas*. Fernando, por su parte, descalifica al primero por bloquear sus iniciativas. Era obvio que se disputaban el espacio del muelle.

<sup>57</sup>En la siguiente dirección de internet se puede apreciar a esta señora: <https://www.youtube.com/watch?v=o-O5DKPic8Y> fecha de consulta: 29 de mayo de 2017.

al parque de la moneda “de la Choca”, donde hay una escultura en forma de moneda con el rostro de una mujer (Doña Chonita) y una maqueta que muestra el relieve del lago. Tras esta visita sube a la iglesia y muestra el retablo donde está esculpida la imagen de Maximón. La última escala es la Cofradía de la Santa Cruz, donde se *hospeda el Gran Abuelo*.

*En este negocio uno se da cuenta del tipo de turista que llega desde que ve la lancha. Y éste puede inquirir sobre el lugar de procedencia de la lancha, y si viene de un lugar caro se puede cobrar una tarifa alta. También se fijan en la vestimenta del turista. Y si se dan cuenta de que cuando compra algo y no reniega del precio, quiere decir que el turista trae pisto (dinero). Al final, convertimos a Guatemala en un país baratero para turistas que son atendidos por comisionistas que también son barateros. (Néstor, 26 años)....*

Como podemos darnos cuenta, hay una disputa por el espacio y la clientela entre los guías de turistas avalados por el INGUAT y los guías comisionistas. La distinción se finca en que unos consideran que realizan su trabajo con profesionalidad, porque tienen preparación y en que pagan impuestos; mientras que al otro grupo lo consideran atrasado, sin “profesionalización, no actualizado y que no paga impuestos”. Ahora veamos el posicionamiento del otro grupo.

Fernando es un guía comisionista que a diario baja al muelle a buscar clientela. Tiene 52 años y desde muy niño su papá lo mandó a trabajar en la pesca a Livingston, así que su español es mitad creole y mitad tz’utujil.<sup>58</sup> *No soy un guía de estudio, soy un guía maya que trabajo por mi cuenta. Él, a diferencia de los comisionistas, es el único que llega a trabajar a diario al muelle, vestido con su traje tradicional. Tiene bien claro que su estrategia para atraer a la clientela es su ropa finamente tejida. Su tarifa, comenta, dependen de cómo percibe al turista, pero son más bajas que las de los guías patojos, “que dicen que se prepararon y estudiaron para serlo”, señala.*

---

<sup>58</sup> Fernando es la persona a la que se refiere el otro guía local, avalado por el INGUAT, que no sabe hablar bien español.

Otro tema que abordé con Fernando fue acerca de los problemas para implementar el turismo en la zona arqueológica de Chutinamit. Comenta que ya han habido varias iniciativas para su turistificación, pero como la antigua ciudad de los tz'utujiles se sitúa en diversos terrenos privados de gente local y de algunos extranjeros, es difícil acceder a la zona y lograr que estos se pongan de acuerdo para que cedan un pedazo de tierra y dejen un camino de acceso. Recuerda que cuando se estaba acercando el 2012, fecha en que se celebraría el trece baktún, un agricultor, dueño de un pequeño terreno a orillas del lago, se dio a la tarea de labrar en las rocas de su parcela relieves “prehispánicos” con figuras del Rey Tepepul y un quetzal a su lado, con la intención de ofrecer al turismo un atractivo como si fuera prehispánico. Después se asoció con algunos guías locales para que le llevaran visitantes. Se cobraban 25 quetzales por turista para ver los “antiguos” relieves. Los guías locales cobraban 50 quetzales por persona para llevarlos. Aparte los visitantes tenían que contratar la lancha que les cobraba 100 quetzales. Lo que significó una entrada económica para todos los involucrados, aprovechando la fecha del 21 de diciembre de 2013.

La zona arqueológica fue modificada, se le construyó en la cima una especie de altar donde se empezaron a realizar “ceremonias mayas” para turistas, organizadas por una *texel estadounidense* (LeeAnn) en asociación con un “chaman” originario de Santiago. Fernando, dice que le produce tristeza lo que sucede en Chutinamit: ver tantos intereses por explotar turísticamente el área y ningún propietario quiere ceder medio metro de terreno para hacer un camino que conduzca al área. También está preocupado porque las nuevas generaciones de guías “estudiados” no permiten que los guías viejos, como él, trabajen en el muelle, con el argumento de que no están preparados y no pagan impuestos.

Otro dato interesante que arrojó la charla con Fernando es sobre los guías locales de San Juan la Laguna y los “falsos relatos” que les narran a los visitantes. Me platicó que un día llevó a unos turistas a San Juan y él no podía darles el *tour* por el pueblo, entonces los visitantes contrataron un guía comunitario que los llevó a la punta de un cerro que se le conoce como “El Rostro Maya”. El guía local les decía a los turistas que San Juan La Laguna era la cuna del reino tz’utujil. Fernando enfadado, inmediatamente le reclamó al guía, contradiciendo sus historias y asegurando que el verdadero origen del reino tz’utujil se encuentra en Santiago Atitlán, y argumentando que antiguamente la gente de San Juan vivía en Santiago.

Lo relatado por Fernando, sobre las disputa entre los guías locales por ostentar qué poblado es el auténtico heredero del reino tz’utujil, tiene reivindicaciones claramente mercantiles. Interesa posicionarse ante el turista con el síntoma del *honor étnico*, al que Max Weber hace referencia en su libro intitulado: *Economía y Sociedad*:

El *honor étnico* “es el honor específico de la masa porque es accesible a todo aquel que pertenece a la comunidad de origen creída subjetivamente y que detrás de toda oposición “étnica” se encuentra de algún modo la idea del “pueblo elegido”, que no es más que el *pendant* horizontal de la “diferenciación estamental” y debe su popularidad a que puede ser esgrimida, cosa que no ocurre con la diferencia estamental pues descansa en la subordinación, por cualquier miembro de los grupos que se desprecian mutuamente” (2014: 523).

Con base en lo anterior, es de observar que la *economía de la identidad* se desarrolla también en torno al patrimonio intangible, al dotar de valores y marcas distintivas a una serie de *sentimientos étnicos colectivos* y atribuciones, entre ellos el *honor étnico*, el uso discursivo de la *ancestralidad* y su intrínseca relación con el orden económico, en concreto con el turismo. En otras palabras, considero, siguiendo a Max Weber, que el discurso de la *ancestralidad*, un *sentimiento étnico colectivo*, que en Santiago Atitlán comenzó a usarse

para reivindicaciones de corte religioso, político y territorial, de bastante importancia en su universo de creencias y significados culturales, en la actualidad se ha diversificado en otros escenarios, para integrarse a lo turístico. Para Pérez, el término de ancestralidad, *ojeer*, en tz'utujil):

Remite a un tiempo y un lugar mítico en el que se incluyen todas las generaciones y es uno de los elementos indisociables en la construcción de un sentido de pertenencia e identidad colectiva que aglutina y da sentido a un pueblo, instruyendo acciones, creando subjetividades y alianzas que les permiten sobrevivir a contextos hostiles; por lo tanto, la ancestralidad es un discurso, estrategia y posicionamiento político (2016: 12-13).

Sin embargo, considero que el término de *ancestralidad*, al igual que el de *etnicidad* y *honor étnico*, son históricamente instrumentos versátiles y flexibles para reivindicaciones políticas y resolución de problemas o crisis religiosas, sociales y territoriales, y que ahora se instrumentalizan para generar bienestar económico, tanto a nivel colectivo como individual, por lo tanto, tienen uso diversificado; así se observa en el contexto del turismo.

En las pláticas que entablé con guías locales, representantes del gobierno de la “autoridad tradicional” (El Cabecera) o *gobierno ancestral*, y con los encargados de la cofradía de la Santa Cruz, me percaté que el significado de *ancestral* o *ancestros*, se asignaba a una serie de atribuciones y valores que traspasaban la frontera del discurso político y sagrado para insertarse en la esfera de lo espiritual y como estrategia de marketing. Recordemos que para Escalona, el aura sagrada que dotan los locales y no-locales a una serie de objetos (a las prácticas y sentimientos étnicos colectivos) puede ser denominada como una forma de *sobrefetichización*:

El “otorgamiento de formas y significados sociales específicos al objeto, (y por supuesto involucra a una serie de lugares, ritualidades y sentimientos étnicos colectivos) que le dotan de una apariencia, e influyen ulteriormente en su valor



de uso y mercantil, en el mismo proceso de producción de los objetos y del gusto por estos objetos” (2016:276).

Para los Comaroff, el concepto de *ancestralidad* “nos remite a “una conciencia nueva que sobrepasa el discurso de lo político para posicionarse como política económica creadora de innovación, que está en pugna con las interpretaciones convencionales de la “cultura” en cuanto “legado” o “costumbre”, “propiedad intelectual”. “Libre de la mirada (inquisitoria) del antropólogo, ni se encuentra al alcance de todos, por el bien común” (2011:12).

Para concluir este breve análisis del primer escenario quiero enfatizar en el actual uso discursivo de la *ancestralidad*, por parte de algunos mayas tz’utujiles de Santiago Atitlán, quienes bajo el contexto de las políticas nacionales y alrededor de los derechos culturales y de la “gestión” de la diversidad cultural, hacen uso de su etnicidad para atracción turística.

Esto me obliga a darle una lectura diferente a las “reivindicaciones políticas”, que en esta nueva faceta son utilizadas como instrumentos económicos, para insertarse a la economía global, en donde impera la lógica de la reivindicación étnica por medio del mercado, promovida por los medios de comunicación, donde lo que está detrás del discurso, es la búsqueda de la autenticidad “al estilo mundial étnico-shic” (Comaroff, 2011:45).

### *3.5.Segundo escenario: La turistificación del culto al Rilaj Mam.*

En este apartado analizo la turistificación del culto e imagen del Rilaj Mam en la Cofradía de la Santa Cruz, que siguiendo a los Comaroff, puede interpretarse como una estrategia para “perpetuar su continuidad cultural” (2011:47) Este escenario se enfoca en una breve explicación acerca del contexto histórico que influyó para que el culto del *Rilaj Mam* volteara al turismo para asegurar su supervivencia y reproducción. Luego realizo una breve

descripción de la “deidad ancestral” y su significado en la lógica tz’utijil. Para concluir este apartado, basándome en mis observaciones, en algunas entrevistas y conversaciones informales (entre miembros de la cofradía de la Santa Cruz y actores sociales involucrados en el turismo), argumento que la reproducción de la “costumbre” del *Rilaj Mam* ha tenido como fuerte aliado el turismo.

Primero quiero destacar que el *Rilaj Mam*, su mito, ritualidad, simbolismo y organización religiosa, es uno de los temas que más ha llamado la atención de los antropólogos guatemaltecos, mexicanos y norteamericanos, que han llegado a investigar a Santiago Atitlán a partir del siglo XX (Mendelson, 1952 y 1953; Orellana, 1975; Castañeda, 1979; Petrich, 1990; Christenson, 1998; Vallejo, 2001 y 2004; O’Brien, 2006; Isunza, 2012; Stanzione, 2000, 2005, 2006, 2016; Pérez, 2016). Los autores anteriormente citados se inscriben dentro de las investigaciones culturalistas, de la cosmovisión maya y mesoamericana. Quiero dejar claro que no es de mi interés adscribirme a dicho enfoque; si bien es importante, porque nos ha permitido comprender otras formas de pensamiento y espiritualidad indígena, considero necesario plantearme nuevas preguntas a temas que han sido transformados por el turismo, la globalización y la política neoliberal. Al realizar una revisión exhaustiva sobre estudios del turismo en la región del lago, noté que había un vacío acerca de cómo el turismo se ha convertido en un componente esencial para la supervivencia, recuperación y reproducción de ritualidades, como lo es el culto del *Rilaj Mam*.

Las estrategias de reproducción ritual, por parte de las cofradías a cargo de Maximón, de apoyarse en el turismo, coinciden con lo que indican los Comaroff, se ha convertido en: “un medio de autoconstrucción y una fuente de sustento material” (2011:38). Para comprender esto es necesario abordar un poco acerca de la historia de los conflictos religiosos

surgidos a partir de la década de 1950 (Mendelson, 1965), y en las últimas cinco décadas posteriores, sobre todo en el sistema de cofradías de Santiago Atitlán, que antiguamente habían tenido el control del poder político-religioso, y empezaron a ser atacadas por miembros de Acción Católica (Armas, 2006). En específico se atacó a la cofradía de la Santa Cruz, lugar del *Rilaj Mam*, acusada de practicar la brujería y el paganismo. Posteriormente, en la década de 1980, los templos evangélicos comenzaron a proliferar, apoyados por los mandos militares del ejército guatemalteco, lo que provocó una segunda oleada de ataques y acelerados cambios religiosos en la población. A tal grado que muchas familias comenzaron a dejar de participar en las cofradías. Desde la década de 1990, justo cuando se logró expulsar al ejército del municipio y se firmaron los Acuerdos de Paz, se comenzaron a implementar los primeros tratados de libre comercio, en este contexto el Estado comenzó a operar políticas multiculturales y neoliberales en Santiago Atitlán, que inmediatamente se ve influenciado por estos eventos.

El afianzamiento de la religión evangélica en la década de los noventa dividió aún más a la población y los directamente afectados fueron las hermandades o cofradías. Sin embargo, considero que ha sido el turismo y la globalización los que se han encargado de promocionar y difundir las espiritualidades autóctonas, dando como resultado que la cofradía del *Rilaj Mam* se abriera cotidianamente a los peregrinos, que frecuentaban la casa-cofradía desde la década de 1950 y al turismo internacional.

Durante la estancia de campo en diciembre de 2016 me acerqué para solicitar a los miembros de la cofradía de la Santa Cruz autorización para realizar esta investigación, registrando el impacto del turismo en la ritualidad del *Rilaj Mam*. Después de aceptar, el *telineel* me practico un ritual donde yo adquiriría un compromiso con el Gran Abuelo, debería

mostrar mi reciprocidad ofreciendo una serie de regalos a la deidad. Mi intención no era realizar indagaciones de lo que a simple vista se observaba: el inminente aporte económico por parte del turismo para la reproducción del singular culto, más bien era acercarme a los cofrades para que me compartieran su opinión acerca de lo que había escuchado en algunas voces del pueblo: que Maximón se estaba convirtiendo en una especie de “empresa espiritual enfocada al turismo”. En esta temporada me concreté a realizar meras observaciones del ritual, del tipo de gentes que llegaban a visitarlo y por otro lado, la asistencia al festival transformacional *Cosmic Convergence*, del que doy cuenta en el capítulo IV.

Primero describiré a grandes rasgos cómo es físicamente la escultura sagrada, venerada por los católicos tradicionalistas tz’utujiles, para ello retomaré lo que han escrito los siguientes antropólogos: Mendelson (1952), Vallejo (2001) e Isunza (2012) y nutrirlas con mis observaciones etnográficas realizadas en el espacio de la cofradía de la Santa Cruz.

La figura del *Rilaj Mam* o Maximón tiene aspecto de un ser humano de 1.30 mts. de altura; según los mitos locales, descritos por Vallejo en su libro intitulado *Por los caminos de los antiguos nawales* (2005), sus extremidades superiores e inferiores le fueron cortadas para que supuestamente no hiciera daño, por lo que se trata de un tronco del que sobresale la cabeza. Esta característica le da un aspecto misterioso, sobrenatural y antropomorfo. Los cofrades y adeptos a la ritualidad tz’utujil visten a la escultura con el traje tradicional que es usado por el hombre atiteco, pantalón corto color blanco a rayas (*skaw*), que se confecciona en telar de cintura y se adorna con bordados de pájaros, en especial colibríes. Su camisa es de corte occidental, con una bolsa del lado izquierdo, que en ocasiones es usada para guardar cigarrillos y dinero que le dejan las constantes visitas, por lo regular son de color rojo o verde con delgadas líneas negras. Le sigue su faja o *pax* en color negro que sujetan los pantalones

y se le hace un par de nudos al frente. Le continúa un saco, tipo de hacendado, de color café con bolsas al frente, donde también le guardan el dinero que los devotos y turistas le van ofrendando. De su cuello cuelgan una serie de mascadas que los devotos le ofrendan;<sup>59</sup> un par de sombreros en color café le terminan de adornar la cabeza. De los dos sombreros que porta, el de arriba se usa en las ceremonias, colocándose sobre la cabeza de los devotos que están enfermos o que piden su protección. También porta una máscara labrada de madera con aspecto de un hombre de edad avanzada, misma que cada año es cambiada y donada por algún escultor de prestigio, tiene arrugas, y su boca está formada para que el *telineel* pueda darle el trago y los cigarros que le ofrendan los devotos y turistas.

Enseguida abordaré el significado que tiene para el grupo de devotos y seguidores del *Rilaj Mam*, para ello retomaré fragmentos de la entrevista que realicé a una mujer tz'utujil, creyente, y que a la vez es investigadora académica entorno de la espiritualidad maya tz'utujil. Para María Pérez:<sup>60</sup>

El Rilaj Mam, es la corporización de todas las energías del mundo, en todos los planos energéticos tz'utujiles; él es la imagen de todas las abuelas y de todos los abuelos que antecedieron, pero que no solo están en el pasado, sino que están en el presente. El Rilaj Mam es un envoltorio sagrado que contiene todas las energías del mundo tz'utujil y como sus pobladores lo consideran el obbligo del mundo que contiene todas las energías del mundo, y no solo de las personas, sino que también de las plantas, de los animales, todas las energías de la vida; la fuerza de la vida tz'utujil está contenida en el Rilaj Mam. Es como de la familia, es un abuelo sabio, porque tiene mucho tiempo de estar en la tierra; se le habla como a un miembro mayor de la familia, se le cuida como familia, como si fuera una abuelita o un abuelito, se le da de comer, come candela, se le da de tomar, y tiene todas las características humanas que tiene la gente; ese es uno de sus principales vínculos comunitarios, o sea, tiene deseo sexual, tiene hambre y tiene sueño. Es

---

<sup>59</sup> En una ocasión estuve presente en la cofradía cuando llegó un matrimonio joven a solicitarle al *telineel* que intercediera por ellos ante el Gran Abuelo, porque iban a realizar un viaje largo y solicitaban protección. De toda la serie de regalos, velas, incienso, cigarros y aguardiente, sobresalían dos mascadas nuevas que intercambiaron con el *telineel* por una mascada que colgaba del cuello del *Rilaj Mam*, que ya estaba cargada de la energía de la escultura. Este intercambio de mascadas es lo que Marcel Mauss lo denomina como intercambio de “dones” que son de carácter voluntario y a la vez obligatorio (1979:57).

<sup>60</sup> Conversación personal

todo el pueblo y tiene los mismos deseos que cualquier ser humano, deseos de comer, de beber, platicar, bailar. Se le habla, la gente está encargada de cuidarlo. Para los tz'utujiles él es el cosmos, cuando le hablan directamente a él es como si hablaran con las fuerzas del cosmos.

Después de acercar al lector a la forma y significado del Rilaj *Mam* continuaré con la descripción del tipo de gente que llega cotidianamente a la cofradía. Durante la temporada de diciembre-enero de 2017 empecé a realizar observaciones dentro del espacio de la cofradía que me permitieron diferenciar tres grupos. El primero corresponde a los devotos del *Rilaj Mam*, oriundos locales; el segundo son *peregrinos regionales*, provienen de la región del Altiplano Guatemalteco y Costa, principalmente. El tercer grupo son turistas, nacionales e internacionales, que se acercan sin devoción alguna y cuyo interés es de mera curiosidad exótica. A este último grupo es al que se señala como contribuyentes para la reproducción de la “costumbre” con el cobro de sus entradas al recinto sagrado y con el cobro por tomar fotografías.

Para fines prácticos incluiré en un solo grupo a los devotos locales y regionales, que asisten cotidianamente para pedir “ayuda”, “salud” y “suerte en los negocios” por medio de la celebración de ceremonias mayas. Principalmente son comerciantes que llegan por las tardes a ofrendar al Gran Abuelo. Muchas veces llegan solos, con una bolsa de plástico en la mano en donde traen velas, incienso y *trago* para ofrecerlo al Rilaj Mam y sus cofrades. Su ritual es sencillo y solamente piden la intervención del *telineel* para dirigirse a su ancestro. Generalmente agradecen por el trabajo, piden que no les falte, por salud o para solucionar problemas cotidianos: de amor, pedir buena suerte en caso de hacer un largo viaje, como la migración laboral indocumentada. El servicio que brinda el *telineel* como intermediario suele ser retribuido económicamente por los devotos. Después de terminar la breve ceremonia, se

paga entre 30 a 40 quetzales; además se compra cerveza o refrescos, que venden ahí mismo, para el resto de los cofrades que montan guardia. Mientras charlan, beben cervezas o refrescos. Este ambiente es el más cordial que pude observar, todos hablan tz'utujil, se hacen bromas, se cuentan chistes, se alburean, en otras palabras hay confianza porque comparten muchos aspectos culturales y códigos comunes. Cuando los devotos requieren de una ceremonia maya especial, se contratan los servicios de un *Aj'kuun*, éste indica previamente al “enfermo” o solicitante” los materiales requeridos para la ceremonia y los costos de sus servicios, por regla esta ceremonia se debe repetir tres veces en las siguientes tres semanas o cada quince días, según sea la capacidad económica del devoto. Por lo tanto, el gasto económico que realiza el “enfermo” o “solicitante” es considerable. Aquí también se deben invitar cervezas o refrescos a los cofrades, pagar por sus servicios al *Aj'kuun* y brindarle ofrendas a Maximón.

Mientras se desarrolla la cotidianidad de la “costumbre”, constantemente interviene el segundo grupo, que es externo, el de los *turistas nacionales y extranjeros*, que visitan el municipio por unas cuantas horas. Se observa mayor flujo de estos visitantes durante diciembre y enero (invierno), Semana Santa y los meses de junio y julio (verano). El resto del año las visitas de turistas se reducen, esto no quiere decir que dejen de presentarse visitas constantes de este grupo. En la entrada de la cofradía cuelga un letrero que dice: *Welcome dear tourists. To continue the care and upkeep of Maximón we would like you to contribute: 2 Q visit per person; 10 Q o take a photo; 35 Q o take a video. This money is used to buy candles, incense and pay for the Marimba. Thank you for supporting our traditions. The Cofradia The Santa Cruz.*



Alcalde de la Cofradía de la Santa Cruz. Foto: Gustavo

Sánchez Espinosa.

Hay que destacar que este grupo de visitantes no comparten el idioma y los códigos culturales con el grupo local; a estos, los jóvenes cofrades se encargan de cobrarles tarifas por la entrada, por las fotografías, por la prendida de cigarros y la realización de ceremonias mayas, si lo desean. Es el grupo más vulnerable porque de ellos se obtiene dinero con facilidad. Es la clientela “consentida” de los guías locales y conductores de mototaxis, saben que disponen de poco tiempo para cobrarles la cantidad de dinero que sea. Este grupo es el que más ganancias deja en la red de negocios que están vinculados directa o indirectamente al turismo y en específico a la ritualidad del *Rilaj Mam*.

Dentro de la cofradía no se ofrece, por parte de los cofrades, ninguna explicación acerca del ritual ni del significado de la deidad, se obtiene mayor información sólo si se contratan los servicios de un guía de turistas, ya sea local o proveniente de Panajachel. Los grupos de turistas que se acercan a la cofradía son pequeños, casi siempre son parejas o



familias, a veces llegan grupos de aproximadamente 30 personas. De hecho, cuando asiste este tipo de turismo, la gente de la cofradía o los devotos que llegan cotidianamente, no les dirigen la palabra; es decir, no hay comunicación debido a la barrera lingüística y cultural. Por lo tanto, esta actitud que se puede interpretar como hostil o cerrada, que surge en un espacio compartido pero de significación diferente para los grupos que la frecuentan; ya lo menciona Nogués(2015:36), inspirado en Bajtín, son espacios compartidos, pero de “mundos expresivo-simbólicos diferentes en su naturaleza, sentido y significado, por lo tanto, unos están en su *lugar*, los otros en un *escenario turístico*” al que le llama: *cronotopo del turismo*,<sup>61</sup> que es leída por los visitantes como si los cofrades tuvieran una actitud hostil y grosera hacia ellos. La visita es breve, sólo permanecen dentro de la cofradía diez minutos como máximo, debido al continuo tráfico de turistas y al reducido espacio donde se alberga al *Rilaj Mam*. Se tienen que retirar pronto para continuar con el rápido recorrido por los atractivos del pueblo, sin embargo se percibe cierta tensión entre las dos diferentes maneras de percibir la ritualidad.

---

<sup>61</sup> El *cronotopo del turismo* lo retomo del antropólogo Miguel Nogués Pedregal, que inspirado en Bajtín, distingue por “una visualización del tiempo en el espacio, es decir, por la subordinación del goce del tiempo del ocio, plasmado en un ritmo peculiar, al que se esté en un lugar distinto al habitual”. Es decir, en palabras del autor “el turismo no es solo una forma de ocupar el espacio y de entretener el tiempo, sino también un contexto donde se significan las ideas y se concretan los términos que fundamentan su propia expansión global (2015:36).



Turistas en la Cofradía de La Santa Cruz. Foto:

Gustavo Sánchez Espinosa.

Cabe destacar lo relatado por un ex cofrade del culto del *Rilaj Mam* acerca de la importancia económica que tiene el turismo en la reproducción del ritual. Señala que en un día de temporada alta, la cofradía de la Santa Cruz o cualquier otra cofradía, obtiene aproximadamente tres mil quetzales diarios, siendo que el sueldo mensual de una persona tz'utujil oscila entre los ochocientos quetzales. Por lo tanto, es muy codiciada la oportunidad que se abre a una familia para albergar en su casa al *Rilaj Mam* durante un año, y recuperar el dinero invertido en la reproducción de la “costumbre”.

En otra platica que mantuve con un guía local, éste me relató su opinión crítica acerca de la turistificación del *Rilaj Mam*, misma que ha cambiado con la globalización:

*Ya no es costumbre, antes la gente en Semana Santa iba y daba voluntariamente lo que podía, ahora es negocio, porque el alcalde de la cofradía sólo mira bien a la gente que le deja pisto (dinero) y le compra guaro (cerveza y aguardiente). No quieren soltar a Maximón, son ellos “agarrados”. Lo tienen amarrado por el dinero que les deja, es su negocio; en la ofrenda que tiene que llevar cualquier persona se gasta de 50 o 100 quetzales, pero antes la cofradía, en tiempos de mi abuelo, era muy respetada, llegabas con una libra de azúcar, de sal, de jitomate, de maíz, y te decían gracias, y ahora si vas a entregar eso, se te queda viendo feo el alcalde. Todos son así, hay un montón de historias detrás de esto; ahora a los cofrades que están ahí todo el día reciben su paga, todo cuesta mucho, y si*

*ellos no ganan su dinero al día, pues se van, son tres o cuatro hombres a la semana, y a cada uno le dan a diario 50 quetzales, son 350 quetzales a la semana, por cada uno.... Hay un señor que está muy pegado a la cofradía, él es de aquí, se llama Pedro Esquina, que es presidente de la CONIC (Coordinadora Nacional Indígena Campesina), anda ahorita (Semana Santa) por aquí, cada fiesta que se hace, a él le da el gobierno cien mil quetzales. El viene y sólo le da a la cofradía diez mil quetzales, se guarda noventa mil quetzales para él; cuando el tiempo militar abandonó su pueblo por diez años, se escapó; los campesinos le trabajan sus terrenos, la cofradías lo quieren mucho, porque dicen: es buena gente el Pedro Esquina”. Es un negocio para él, son seis fiestas al año que les da dinero, entonces el gobierno le da seiscientos mil al año, solo da cien mil y se queda medio millón de quetzales (Fernando).*

Posteriormente, tuve la oportunidad de preguntarle al alcalde de la cofradía de la Santa Cruz, el Sr. Juan Esteban, acerca del cobro que se aplica a los turistas por entrar a conocer la cofradía, este me respondió:

*La gente dice que yo me estoy haciendo rico con la llegada del turismo, mira cómo visto, traigo el mismo suéter de hace años, mi casa es la misma desde hace décadas. Si cobramos a los turistas es porque con ese dinero se paga la marimba en Semana Santa; la gente ya no ayuda, hay muchas divisiones, están abandonando nuestras costumbres, gracias a Dios hay dinero para juntar para nuestro Gran Abuelo. Por ejemplo, si yo voy a visitar a un museo a México, y les digo: Cuanto vale la entrada? Ellos no me dicen: “lo que sea su voluntad, ¿verdad?”. Nosotros necesitamos seguir con las costumbres y no podemos decirles a los turistas que dejen lo que sea su voluntad, ¿verdad? Así es aquí, como un museo donde se paga la entrada. Ahora ya no se hace nada por voluntad, antes sí, ahora le tenemos que pagar a los jóvenes que cargan la fruta y los corozos de Chicacao.*

La gente opina que el alcalde de la cofradía de la Santa Cruz recauda mucho dinero por las visitas del turismo al *Rilaj Mam*. Esto se explica porque ahora los cofrades reciben salario. El mismo alcalde dice que en la cofradía de la Santa Cruz: “ya no se hace nada por voluntad”. Sostiene que si los turistas desean admirar las reliquias religiosas, consideradas como objetos sagrados y auténticas piezas de museo, tendrán que pagar su derecho de admisión. Esto nos recuerda lo que Gloster sostiene: que los “indígenas y sus culturas son expuestos para el turismo como auténticos museos vivientes” (2012:90).



Cartel de bienvenida a la Cofradía de la Santa Cruz. Foto:

Gustavo Sánchez Espinosa

Isunza (2012:144-146) señala, al respecto, que para el “mantenimiento de la tradición se corre el peligro de orientar sus prácticas rituales a las demandas turísticas, como está sucediendo en la actualidad, disminuyendo el sentido de sacralidad que habían mantenido con el tiempo cuando comenzó el culto, así como las funciones del *telineel* y los *ajk'unaa*, que deben de permanecer más tiempo en la casa-cofradía para ejercer sus artes de curanderos para los peregrinos y turistas que lo demandan, por lo cual, el culto a Maximón se está convirtiendo en atractivo turístico y espectáculo”. Aunque coincido con esta observación, me parece que Isunza no realiza distinciones básicas entre peregrinos y turistas. En mis observaciones me percaté del trato diferenciado de los cofrades a los peregrinos y turistas: a los primeros se les trata con familiaridad y respeto, porque comparten y entienden la sacralidad tz'utujil; en cambio hay un trato superficial o estandarizado para los turistas, que no comparten la ritualidad, por lo tanto, me parece que los cofrades no tienen por qué mostrar su sacralidad ante los turistas, siendo su cronotopo otro.

También hay que señalar la importancia que adquiere la adscripción religiosa de los guías locales. Por ejemplo: si el guía es evangélico tratará de convencer a los turistas de que el culto al Rilaj Mam es pagano y está lleno de brujos; en cambio, si el guía local es católico

tradicionalista, la explicación será más comprensible y lo asociará como el principal de sus *ancestros*.

Para agregar a este breve análisis, mi perspectiva trata de ser comprensiva para entender el porqué de la apertura de la cofradía hacia el turismo y marco una diferencia con la perspectiva de Isunza; coincido con los Comaroff acerca de que “en muchos lugares, la supervivencia cultural ha cedido su lugar a la supervivencia por medio de la cultura y que en muchas regiones del mundo, pobres hasta la desesperación, la endeblez de otros modos de producir ingresos ha dejado como único medio viable de supervivencia la venta de productos culturales, y de los simulacros de individualidad etnicizada” (2011:38 y 215).



Devotos del Rilaj Mam. Foto: Gustavo Sánchez

Espinosa

### 3.6. *Los cofrades gringos*

A continuación abordaré brevemente la participación de extranjeros en el sistema de cargos de las cofradías, también llamadas: “casas principales” (Pérez, 2016). Muchos de los extranjeros que se han integrado a la costumbre tz’utujil son antropólogos, aprendices de chamán o personas de la clase media norteamericana, que están en la búsqueda de ritualidades

autóctonas para mezclarlas con sus espiritualidades de tipo *new age*. Lo que tampoco es nuevo. Me llamó la atención la historia que me contaron de un ciudadano norteamericano que llegó a Santiago Atitlán en la década de 1970 y que contrajo matrimonio con una mujer tz'utujil del municipio, ella actualmente tiene cargo de *tixel*. Esta unión conyugal le permitió al hombre, ahora “neo chaman” (*neo-Ajk'uun*), acceder como cofrade en una de ellas. Al parecer se acercó a la cofradía de la Santa Cruz, donde se rinde culto a Maximón. El acceso privilegiado que tuvo a información de primera mano, ya que el hombre aprendió el idioma tz'utujil, le permitió publicar en Estados Unidos varias novelas étnicas en inglés sobre la espiritualidad tz'utujil. Por lo mismo las personas locales, interesadas en sus “ficciones”, no tienen acceso a ellas por no estar en español y porque los precios de los libros son inaccesibles. Este personaje de nombre Martín Prechtel, que se presenta como “chamán tz'utujil”, fue uno de los extranjeros pioneros en insertarse a dichas hermandades. Detrás de él vinieron otros extranjeros también interesados en participar en el culto de las cofradías, quienes mercantizaron la espiritualidad maya tz'utujil en espacios esotéricos que no tienen nada que ver con la espiritualidad que se practica a diario en Santiago Atitlán. Aquí si podemos hablar de una apropiación y explotación del patrimonio cultural inmaterial de los tz'utujiles.

En la actualidad se observa la participación de algunos extranjeros en las cofradías, sobre todo en la de Santiago, en la Virgen de la Concepción y en la de la Santa Cruz, creando una nueva clase de cofrades y *tixeles*, que surge a partir de la segunda mitad de la década de 1990, justo cuando la exhibición de Maximón se abrió al turismo. De esta población extranjera destaca un pequeño grupo de estadounidenses atraídos por la espiritualidad maya tz'utujil y por el sistema de cofradías, pero las nociones de estos personajes acerca de la

ritualidad parecen detenidas en el tiempo, son esencialistas e idealizadas, tanto que parecieran asumir la continuidad de algunos de los linajes de los mayas clásicos, y no de los mayas contemporáneos. Estos nuevos integrantes extranjeros han implementado una nueva lógica de participación, permeada por su aporte económico, y que supera la de los pequeños aportes de las familias tz’utujiles. Recordemos que el gasto que realiza una familia tz’utujil para cargar una cofradía es una responsabilidad enorme, por lo tanto han creado estrategias novedosas de aceptar a la gente extranjera a participar como *cofrades* o *tixeles*.

Este grupo es encabezado por un señor a quien le dicen “Tommy Timy”, por otro joven de nombre Kevin, muy amigo del primero; por Lee Ann, mujer estadounidense que se mudó hace años permanentemente al pueblo y que se ha insertado como *texel*<sup>62</sup> en la cofradía de Santiago Apóstol. Su inserción como parte del sistema ritual se ha interpretado por muchas personas del pueblo como resultado de su aporte económico, ya que en Santiago muchas mujeres no participan en el sistema de cofradías, debido a los altos costos que provoca y porque acarrea desprestigio si se es parte de Acción Católica o de la población evangélica. Mantuve comunicación con una extranjera que participa en la cofradía de Santiago y observé que el lugar que ocupa en la cofradía y su instrucción ritual (para reproducir la “costumbre de los *ancestros*”) le han valido para incursionar en el turismo espiritual, mismo que promueve desde su página de internet<sup>63</sup> o entablando contacto con grupos de turistas que se hospedan en Panajachel. Ella les ofrece servicios de “Ceremonia Maya” a los turistas que contacta desde su página web, la cual realiza junto con un sacerdote

---

<sup>62</sup>*Texel* es el término que se designa a las mujeres de edad avanzada que participan en la organización del sistema de cofradías del municipio. Para profundizar sobre el tema, consultar la tesis de maestría en Ciencias Sociales y Humanísticas de María José Pérez Sian: *Herederas de las Abuelas. Los cargos de Xuo y Texeeles en las casas principales de Santiago Atitlán, Guatemala, 2016*, CESMECA.

<sup>63</sup> La página donde ofrece sus servicios de sanación espiritual es la siguiente: <http://www.journeysinliving.com/> fecha de consulta: 31 de mayo de 2017.

de Santiago Atitlán. Al final de la ceremonia les ofrece servicios de platillos tradicionales, elaborados por un joven tz’utujil transgénero y su familia. Durante mi última estancia de campo en semana santa de 2017 fui invitado por un sacerdote maya, que trabaja para la norteamericana, para presenciar cómo se realiza la “ceremonia maya”, sin embargo, la *tixel* extranjera mostró desconfianza y no me dijo el lugar en donde se reunirían.



Tixeles extranjeras participando en el sistema de Cofradías. Foto: Gustavo

Sánchez Espinosa

El trío de *gringos* comenzaron a participar activamente en la cofradía de la Santa Cruz, donde está Maximón, sobretudo con aportes económicos, pero debido al interés económico del alcalde Juan Esteban, tuvieron roces y decidieron alejarse. Durante mi última estancia de campo (abril, 2017) Tomy y Kevin ya no vivían en el pueblo. Pude averiguar que Tomy se enfermó del estómago por beber agua del lago, y Kevin, que era el más activo de “cofrade”, tuvo diferencias de dinero con el alcalde Juan Esteban, encargado de llevar las cuentas de la cofradía de la Santa Cruz.

Pérez, quien recabó las opiniones que se forman las mujeres *tixeles* originarias, sobre las *tixeles* extranjeras, nos dice que: “son bienvenidas dado que las personas del pueblo cada vez aportan menos, no obstante, la participación de las extranjeras es limitada, pero como



cada vez se involucran más en la organización y actividades, esto no es bien visto por todos los pobladores” (2016: 91).

Sin embargo, las extranjeras tienen su propia argumentación para participar en las cofradías. La *tixel* norteamericana, que oficia “ceremonias mayas-new age” a grupos de turistas, al preguntarle sobre su colaboración en una de las “casas principales” (Pérez, 2016), respondió que en un relato mitológico, que se sustenta en las “profecías sagradas” de un héroe mítico de Santiago Atitlán de nombre Francisco Sojuel, se anunció el ingreso de extranjeros en el sistema de cofradías: *van a llegar, en estas fechas, hombres y mujeres de diversos colores, como los colores del maíz, y estos nuevos maíces de colores serán los encargados de dar a conocer al mundo la espiritualidad tz’utijil*. Sería interesante, para una investigación a futuro indagar cuales son las fuentes históricas de estos “relatos mitológicos” y si cuentan con el reconocimiento de los principales de las casas, o es mera construcción imaginaria, sustentada en la en lo que se conoce como *new age maya*, que se han hecho algunos cofrades extranjeros.

Para finalizar este escenario, me parece pertinente, hay que profundizar en una futura investigación acerca de la influencia de los trabajos antropológicos en la promoción de la espiritualidad maya tz’utujil y la ritualidad del *Rilaj Mam*, y analizar si ésta condujo a la flexibilización de los cofrades y alcaldes para consentir que se promoviera su cotidiana exhibición a peregrinos y turistas (Mendelson, 1952 y 1953; Orellana, 1975; Castañeda, 1979; Prechtel, 1998; Petrich, 1990; Christenson, 1998; Vallejo, 2001 y 2004; O’Brien, 2006; Isunza, 2012; Stanzione, 2000, 2005, 2006, 2016; Pérez, 2016).

Recordemos que la naturaleza del turista es ir siempre más allá y saciar su curiosidad. Me percaté que los cofrades han construido un discurso oficial o “etiquetado” con base en lo

que los etnógrafos han escrito sobre su reproducción ritual, a tal grado que han surgido “especialistas” locales que cuando se enteran de la presencia de un antropólogo rondan el espacio de las cofradías y se acercan a ofrecer servicios como “asistentes de investigación”.

El reto que tiene la continuidad de la reproducción del culto del *Rilaj Mam* es grande. Uno de ellos es recuperar su credibilidad entre la población tz’utujil y su poder de convocatoria entre las familias católicas tradicionalistas que aún rinden culto a Maximón, pero que se han alejado de estos espacios por las actitudes mercantiles de *tileneles* y alcaldes, quienes se han enriquecido con la comercialización del culto a partir de la década de 1990, pero que sin esta actitud de obtener recursos económicos y continuar reproduciendo la costumbre sería dificultoso continuar con la tradición.

### *3.6.Tercer escenario: La etnoempresa turística Mayan Life Travel*

Este escenario turístico está dirigido a poner a prueba la categoría analítica de *etnoempresa* (Comaroff y Comaroff, 2011), entendida como la acción individual y/o colectiva de sujetos pertenecientes o no a un grupo indígena, que emprenden etnonegocios para administrar y comercializar con mercancías y prácticas culturales (tangibles e intangibles), en diferentes rubros del mercado (turismo, moda, alimentación y espiritualidad).

Daré una breve explicación acerca de cómo conocí al grupo de señoritas emprendedoras de la *etnoempresa* turística *Mayan Life Travel* y la manera en que me relacioné durante las dos semanas que compartimos experiencias.

Durante mi primera estancia de campo en julio de 2016, un par de amigos guatemaltecos me contactaron con la Fundación norteamericana *Star Fish*<sup>64</sup>, con la intención de introducirme a los poblados lacustres, para ello propuse impartir un curso de turismo comunitario. La misión de *Star Fish* es otorgar servicios educativos y becas de estudio a jóvenes indígenas, principalmente señoritas de escasos recursos económicos que viven en las aldeas cercanas a Santiago Atitlán y de algunos municipios cercanos al lago. Entre sus objetivos de la fundación se propone romper con la violenta herencia patriarcal, contribuir a que las señoritas de las aldeas se profesionalicen para insertarse al mercado laboral, que no queden embarazadas en la adolescencia y que no contraigan matrimonio siendo muy jóvenes. Yamil Vallecillo, cooperante de *Star Fish*, es el principal promotor en la creación de pequeñas “etnoempresas” y “etnonegocios”. Las promueve entre jovencitas, que están por concluir su formación de bachillerato (llamado “Diversificado”). Él me recibió en Panajachel y después de mostrarme las instalaciones, presentarme con el personal administrativo y explicarme en qué consistía el proyecto educativo de *Star Fish*, me reveló que uno de los objetivos de la fundación era empoderar a las señoritas tz’utujiles. Al terminar la breve presentación me acompañó al embarcadero para mostrarme la lancha que me enviaría a Santiago Atitlán; allí me esperaban otros miembros de *Star Fish*, quienes me facilitarían una pequeña sala de juntas en sus oficinas para reunirme con la *etnoempresa* de *turismo solidario* de las señoritas tz’utujiles.

Según Jordi Gascón (2013:184-187), el *turismo solidario* surgió a partir del trabajo voluntario en comunidades indígenas de África y Centroamérica, como una forma de generar

---

<sup>64</sup> En el siguiente link podemos ver la página de la fundación: <http://starfish-impact.org/> fecha de consulta: 16 de junio de 2017.

recursos económicos para las familias azotadas por la violencia política y militar. Ésta ha tenido tres fases: la primera, surge en la década de 1980, como un instrumento usado por diversas ONG fuertemente ideologizadas que apoyaban procesos revolucionarios o de resistencia en el denominado Sur. La segunda, en la década de 1990, el turismo solidario es promovido como una herramienta de sensibilización de los ciudadanos del norte, sobre los problemas y la pobreza del sur. Y la tercera, surgió en la década de 2000 como herramienta para la cooperación internacional y como una fuente de ingresos económicos para las organizaciones, comunidades y grupos de interés, que recibían turistas y gestionaban su estancia.

Para una mejor interacción con el grupo de señoritas emprendedoras, diseñé un pequeño taller que impartiría por las mañanas durante una semana acerca de cómo se practica el turismo comunitario en Chiapas, abordando principalmente el caso de los lacandones y otras iniciativas similares en Centroamérica. El taller contaba con bastante soporte audiovisual de algunos casos “exitosos”. Después de superar algunos pequeños malentendidos, causados por la falta de comunicación entre el personal administrativo de las oficinas de *Star Fish* en Santiago Atitlán, con las oficinas centrales de Panajachel, empecé a impartir el taller dos días después de lo previsto, porque en esos días se celebraban las fiestas patronales, por lo tanto, las instalaciones permanecieron cerradas por los diversos eventos cívicos y religiosos, entre ellos el desfile de trajes típicos que realizan las escuelas en la fiesta patronal, donde los mayas tz’utujiles se representan a sí mismos para fortalecer su identidad.

Dos eran las iniciativas empresariales que *Star Fish* había formado en el municipio. La primera consistía en una empresa individual-familiar, “Estrellas Artesanas”, encargadas de elaborar joyería a base de mostacilla. Los involucrados eran una señorita y su familia

materna que viven en la aldea Chuc-Muc. La señorita, junto con su familia, se encargaba de realizar diseños de mostacilla para prendedores de pelo y adornos de ropa para ser distribuidos en tiendas de souvenirs de Panajachel. La segunda etnoempresa, *Mayan Life Travel*, consiste en la promoción del turismo solidario. Caso muy similar al de la iniciativa de las “Posadas Mayas” de San Juan La Laguna, descrita en el capítulo II.

Comenzaré por definir qué es lo que entiendo por *empoderamiento* para vislumbrar lo que diversas ONG intentan inculcar en sus beneficiados: básicamente es un instrumento imprescindible para aspirar a cierto tipo de intereses políticos, sociales y económicos, que auxilien en promover cambios en contextos de subordinación, sobretodo de las mujeres y de grupos marginados, como en el caso de poblaciones indígenas. Es importante mencionar, siguiendo a Bacqué y Biewener, autoras del libro intitulado: *El empoderamiento, una práctica emancipadora* (2015), que la noción de empoderamiento [*empowerment*] comenzó a instrumentalizarse para la intervención social y política en Estados Unidos a finales de la década de 1970, principalmente por movimientos sociales que promulgaban la liberación de las mujeres, en cuestiones raciales, derechos de la diversidad sexual, identidades regionales y ecología. Las autoras distinguen tres modelos de empoderamiento aplicados a partir de la segunda guerra mundial, hasta finales del siglo XX: “El modelo radical”, que surge a partir de las teorías de transformación social, como la de Paulo Freire, que consisten en el reconocimiento de los grupos marginados para poner fin a su estigmatización, la autodeterminación, la redistribución de los recursos y los derechos políticos. Su objetivo es la emancipación individual y colectiva para la transformación social, cuestionando el sistema capitalista. “El modelo liberal” o *socioliberal*, surge después de la segunda guerra mundial, con el establecimiento de instituciones que regulen el orden internacional, como la ONU y

su liberalismo social, que legitima el rol del Estado y de las políticas públicas para promover derechos cívicos y la disminución de desigualdades sociales y económicas; este modelo puede abordar condiciones socioeconómicas y políticas en el ejercicio del poder sin cuestionar estructuralmente las desigualdades sociales. Integra una parte de la crítica feminista, defendiendo la integración de las mujeres al mercado laboral como un aporte al desarrollo económico. “El modelo neoliberal” es el que opera en la mayoría de las naciones de “economías emergentes”, como Guatemala, corresponde a una racionalidad política, que pone al mercado por encima del Estado” (2105: 21-22).

Para Bacqué y Biewener el empoderamiento, tal y como se emplea en el siglo XXI, consiste en “poner al Estado al servicio del mercado y administrarlo según los valores empresariales en una lógica de gestión de la pobreza y de las desigualdades, para permitir a los individuos ejercer sus capacidades individuales y tomar decisiones “racionales” en un contexto de economía de mercado; pero la cuestión de la emancipación y de la justicia social no está planteada, a lo sumo, es evocada la del acceso a las oportunidades, sin cuestionamiento de las desigualdades sociales (2015:22).

A partir de esta breve diferenciación de modelos de empoderamiento, podemos percatarnos que la iniciativa de *Mayan Life Travel* corresponde al modelo de empoderamiento neoliberal, cuyo proyecto consiste en consolidar una *etnoempresa*, que busca ofrecer servicios turísticos en sus aldeas, desde la modalidad del *turismo solidario*, que consiste en que el turista tenga la experiencia de vivir aproximadamente una semana con una típica familia maya tz’utujil, que conozca y participe en sus actividades cotidianas en formato de “tours”.

Al conocer al grupo el primer día me llamó la atención que estaba integrado por cinco señoritas provenientes de aldeas anexas a Santiago Atitlán, que estaban por concluir el bachillerato, sin embargo, el grupo era liderado por un joven ladino, originario de Panajachel; quien llevaba cuatro años becado por la Fundación. Éste había sido el fundador de un proyecto piloto que la Asociación Star Fish trató de implementar sin resultados positivos en los varones.

Durante el desarrollo del taller destacó una señorita de nombre Lola Chiviliu, proveniente de la aldea Ts'anchaj, tenía mejor desenvolvimiento discursivo que el resto del grupo; había cursado la carrera técnica de guía de turistas comunitarios con una duración de seis meses, mismo que el INGUAT (Instituto Guatemalteco de Turismo) ofrece cada año. También contaba con experiencia laboral en una fundación de turismo solidario en Antigua Guatemala, "De la Gente". Esta situación la ponía en ventaja ante las demás integrantes, por su capacidad de comunicación era una líder natural, lo cual a Marcos lo ponía nervioso, veía en ella una fuerte competencia por manejar el liderazgo del grupo. Marcos temía que Lola pudiera desplazarlo, por lo que el ambiente del taller, y supongo que el laboral, en la *etnoempresa* se veía influenciado y hasta cierto punto tenso; cada vez que Lola daba su argumentación sobre de cómo llevar a cabo la etnoempresa, inmediatamente Marcos la corregía.

Días previos a mis estancias de trabajo de campo, procuraba contactarme con *Mayan Life Travel* por *Facebook* y Marcos, el líder, era el que me respondía; quería solicitarle que me avisara de la fechas próximas en que tuvieran clientes en las posadas mayas, para presenciar alguno de los "servicios" que realizaban con turistas solidarios, pero esto nunca sucedió. Marcos, todo el tiempo evadió la solicitud, argumentando que no tenían servicios,

lo cual era falso, porque después, el resto de las integrantes me confiaban las experiencias que tenían con los turistas solidarios. Mi estrategia fue conversar con el resto de las integrantes cuando Marcos no estuviera, ya que cuando éste llegaba, las señoritas cambiaban de actitud, dejando a él joven como único portavoz de la etnoempresa

La información sobre su experiencia me la proporcionaron los integrantes del grupo durante la primera semana del taller que impartí.

La forma de operar de la *etnoempresa* es la siguiente: los integrantes habían hecho una previa selección de familias dispuestas a recibir a turistas en sus casas. Estos turistas por lo general son los “donantes” o patrocinadores de la Fundación, que provienen de Colorado, Estados Unidos. Por lo regular llegan a hospedarse a las casas de las chicas de Santiago Atitlán, que pertenecen a *Star Fish*. Un requisito que les pedían a las familias para integrarse a la pequeña etnoempresa, aparte de tener una hija beneficiada en el proyecto de la Fundación, era el que contaran en su casa con una habitación extra disponible, baño con agua corriente y regadera, también les solicitaron a las familias ser respetuosas con el espacio y las cosas de los turistas. El paquete incluía el alojamiento por cuatro días y tres noches, alimentos incluidos, por 1950.00 quetzales.

*Se trata de que el turista se tiene que acoplar a la vida cotidiana de la familia. Prácticamente la experiencia es que el turista coma lo que la familia come, practique la vida que ellos tienen, se involucre en sus actividades, puedan habitar en su casa. Y si no hay manera de comunicarse por la diferencia de idiomas, nosotros buscamos a un traductor que esté ahí. Lo que hemos incluido siempre es hospedaje, alimentación, transporte, agua pura, cobijas, tours y experiencias de convivir con las familias. Hay tours de petate, donde un señor nos muestra cómo se hace un petate; tour de pesca, que lo hacen los padres de las chicas estrellas de mar; el tour del tejido, que lo hacen las madres de familia de las chicas de estrellas de mar (Lola, 19 años).*



La segunda semana se enfocó en realizar un estudio de mercado en Santiago Atitlán, éste consistía en realizar un mapeo de los principales hospedajes (hoteles y posadas) y de las ONG que operaban en el municipio, el objetivo era indagar si también éstas realizaban “turismo solidario”. Se detectaron dos fundaciones que traían a sus patrocinadores y les brindaban servicios similares. Una era Pueblo a Pueblo, fundación que las recibió y les explicó de cómo operaba su iniciativa de turismo solidario. La otra fundación de nombre ADECCAP, se negó a recibirnos.

Desde la creación de la *etnoempresa*, que fue en el 2015, los jóvenes solamente han recibido a tres grupos grandes por año, principalmente en verano, provenientes de Francia, exceptuando a sus “donantes”, que continuamente llegan en parejas. Según los integrantes del grupo, la experiencia de los turistas fue maravillosa; sobre todo porque conocieron de cerca cómo vive una familia tz’utijil. Las quejas de los turistas fueron que durante *el tour del cayuco*, que se realizó en un día con mucho viento, se espantaron porque casi se voltea la embarcación, debido a que el pescador que contrataron les empezó a bromear, moviéndoles el pequeño bote, los turistas se espantaron y le pidieron a Lola, la encargada del tour, que le dijera al pescador que regresara al muelle. Hubo una situación tensa, comenta Lola, porque una compañera de la familia anfitriona y que iba en el tour se comenzó a reír, esto provocó enfado con los visitantes, porque pensaban que se estaban burlando de ellos. El pescador se molestó, argumentando que había hecho un gran esfuerzo en traerlos hasta esa parte del lago y que tenía que descansar un poco para poder regresar. Al regreso, Lola tuvo que mediar en el conflicto, los turistas se disculparon con el pescador y con la anfitriona, pero el pescador y Lesbia (la anfitriona) no se disculparon con los turistas. Lola dice que se sintió mal porque la familia de Lesbia tuvo mucho orgullo y no se disculpó con los turistas.

Otra cuestión que las integrantes de la *etnoempresa* comentaron durante el taller, fue acerca del tema de las ganancias. Creían que la tarifa que cobraban no era muy alta, considerando que el dinero se tenía que distribuir entre las familias y entre los siete integrantes del grupo; inclusive hubo momentos en que Marcos y Lola consideraban que ellos debían ganar más; el primero por ser el responsable de conseguir clientes, “era el que más se esforzaba”, y Lola porque estaba “más capacitada que el resto”. La mayor cantidad de dinero se quedaba con las familias, a ellos solamente les quedaba cuatrocientos quetzales para repartírselos entre siete, lo cual no les redituaba.

Al finalizar las dos semanas del taller con *Mayan Life Travel* presenté mi informe final a la fundación *Star Fish*, le sugerí a su jefe superior, Yamil, la conveniencia de que una mujer liderara la *etnoempresa* y que la candidata ideal era Lola, dada su preparación como guía comunitario, su natural liderazgo y porque esta elección coincidía con los objetivos de la asociación, siguiendo los principios básicos del empoderamiento de las jovencitas tz’utujiles.

Cuando regresé en enero de 2017 Lola ya no colaboraba en *Mayan Life Travel* por las diferencias con Marcos. Pero la *etnoempresa* continuaba brindando servicios de guías de turistas, ahora afuera de Santiago Atitlán.

Para concluir este escenario retomaremos las reflexiones de los Comaroff. Para ellos, el *empoderamiento* que “en la poscolonia tiene connotaciones de acceso privilegiado a los mercados, al dinero y al enriquecimiento material de los grupos étnicos que, está francamente vinculado con la idea de hallar algo esencialmente propio y exclusivo, algo para vender inherente a su esencia. En otras palabras, adquirir poder a través de la creación de marcas

comerciales. Recurrir a lo étnico como medio de “empoderamiento” se ha convertido en un proyecto global de enormes proporciones (2011: 33).

Sin embargo, el “empoderamiento” que promueven las ONG internacionales y las fundaciones, como *Star Fish*, tienen sus limitaciones. Pareciera que se le usa sólo como parte de un nuevo vocabulario de desarrollo, propio del siglo XXI, éste les permite acceder a presupuestos o partidas por parte del PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo), cuyo modelo de empoderamiento es *socioliberal*, o a partidas presupuestales del Banco Mundial, de modelo *neoliberal*.

Las limitaciones que observé en la etnoempresa *mayan Life Travel* es que no cumple a cabalidad el precepto de “empoderamiento”, sobretodo el que está enfocado a las mujeres, recurriendo a esquemas tradicionales de liderazgo masculino; por otra parte, la competencia que ofrecían otras empresas asentadas en Panajachel y casos similares como el de las *Posadas Mayas* de San Juan La Laguna, eran los principales obstáculos a vencer, aunando a los problemas familiares de cada integrante, que se reflejaban en ausencias laborales constantes y finalmente, sumándole los problemas internos de atención al turista, liderazgo, promoción y finanzas les impedían concentrarse en el desarrollo de la etnoempresa.

Finalmente, considero que la influencia directa para la creación de la etnoempresa *Mayan Life Travel* proviene de una relación de tipo clientelar con la Fundación *Star Fish* y no como un auténtico interés de las integrantes de crear y consolidarse como promotoras y etnoempresarias turísticas.

### 3.7. Cuarto escenario: Doña Chonita. Caso típico de la economía de la identidad

Es una mujer emblema, poseedora de rasgos distintivos que le otorgan *singularidad* y *autenticidad*. El parque central de Santiago Atitlán, llamado también Parque Concepción está dedicado a su imagen, éste se adorna con una réplica labrada en piedra de la moneda de 25c de quetzal que lleva su rostro y se convierte en un sitio importante para la población tz’utujil. El Parque Concepción sirve de punto de reunión, de socialización, descanso, sitio de recreo de los chicos de las escuelas, para un momento de ingesta de alimentos y visita obligatoria de los turistas. Al enterarme que algunos guías locales ofrecían el tour de “Doña Chonita”, me interesé por conocerla, pues consideraba un ejemplo típico de la *economía de la identidad* (Comaroff y Comaroff, 2011).

“Doña Chonita” hace uso de su identidad étnica particular, sustentada en la pertenencia social al grupo tz’utujil, además de que le otorga, siguiendo a Giménez (2005:20) de “distinguibilidad cualitativa, que se forma, se mantiene y se manifiesta en y por los procesos de interacción y comunicación social” La señora es considerada una celebridad nacional, incluso, según su hermano, es *una celebridad a nivel internacional*.

Su nombre es Concepción Ramírez Mendoza, más conocida en el pueblo como “Doña Chonita” y recibe cotidianamente en su casa, la visita de turistas, esta se ubicada en el cantón Pachichaj, cercano al muelle. Al llegar a su domicilio fui recibido por uno de sus hermanos. Me dio la bienvenida e invito a pasar mientras llegaba su hermana. A los pocos minutos llegó “Doña Chonita” y comenzamos a charlar acerca de cómo fue seleccionada.

Su versión no es muy espontánea, pues ésta es la misma historia que narra a todos los visitantes. Cuenta que en 1959 llegaron unos fotógrafos de la capital que andaban

fotografiando a las jóvenes tz'utujiles para escoger el rostro que se usaría en la nueva moneda. De tres jóvenes que seleccionaron ella fue la vencedora y a los treinta días el gobierno le notificó a su padre que ella había sido la ganadora del concurso. Recuerda que el gobierno guatemalteco le dio a su papá como premio la cantidad de dos quetzales. A partir de 1964 su rostro circula de mano en mano sin saber de quién es.

A diferencia del resto de los billetes y monedas que indican el nombre del personaje, héroe o de alguna obra artística, el rostro de la moneda de 25 centavos permanece en el anonimato. Recordemos que en un país racista y excluyente como lo ha sido Guatemala hacia sus poblaciones indígenas, no es fortuito que la moneda esté representada con la imagen de una mujer maya tz'utujil sin darle autoría.

Para el politólogo Henio Hoyo<sup>65</sup> experto en postnacionalismo y en el estudio de las estampas postales como parte del imaginario nacional, sostiene que en las estampillas, billetes y monedas, sirven, aparte de recurso estético, como fuentes de investigación para analizar la ideología, política y el contexto social de la nación que los emite. Afirma que no es casual la selección de símbolos, monumentos y héroes, que se escogen para plasmarlos en determinados billetes o monedas de banco. Su mayor y menor denominación responde a lo establecido en la jerarquía social.

La sala de la casa de “Doña Chonita” está adornada con varios diplomas que le han otorgado diversos organismos gubernamentales, recortes de periódicos, anuncios y la medalla que el gobierno le confirió hace tiempo. Los turistas miran con atención el álbum de

---

<sup>65</sup> En el Seminario de Innovación metodológica en Ciencias Sociales, que se llevó a cabo en el Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM, el Dr. Henio Hoyo Prohuber, de la Universidad de Monterrey, presentó la ponencia intitulada “Retratos del imaginario social: las estampillas postales como fuentes para el estudio de ideologías oficiales”, el 6 de octubre de 2016. Ver el siguiente enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=pxoBKgF3hkA>. Fecha de consulta: 16 de junio de 2017.

fotografías que Chonita les muestra con orgullo. En este se encuentra la fotografía original con la que ganó el concurso y diversos recortes de periódicos. Su hermano, artista pintor, nutre el performance mostrando las obras pictóricas que ha realizado con la imagen de la hermana y refuerza la historia narrada por Chonita.

El hermano narra anécdotas acerca de que *han surgido falsas Chonitas en el muelle que se hacen pasar por ella*. Posteriormente, Chonita hace la representación del *tocoyal*, tocado estético que se ponen algunas mujeres tz’utujiles en la cabeza, sobre todo las de edad avanzada. Poco a poco, desenreda su cabello y comienza a enrollarlo alrededor de su cabeza junto con una cinta de varios metros que forma una especie de satélite saturniano alrededor de su cráneo. Los turistas toman fotografías y al finalizar la representación Chonita les da las gracias a los turistas y estos se retiran.

Con relación a Doña Chonita, un guía local opina:

*Con Doña Chonita sólo la busca el turismo guatemalteco que le da un valor a la Choca. Porque Doña Chonita no acepta “limosnas”, ella cobra caro, la otra señora que hace la representación del tocoyal, si acepta cooperación voluntaria. Es con la finalidad de que la gente conozca las decoraciones que se ponen las mujeres de Santiago. La choca cobra 100 quetzales. Pero eso sólo aplica al turismo guatemalteco porque sabe valorar, porque cuando es turismo extranjero le da igual que sea cualquier señora que haga la representación de ponerse el tocoyal (Agustín, 27 años).*

Siguiendo las reflexiones de Gilberto Giménez acerca de las personas que se perciben distintas frente a los otros, nos recuerda el autor de que “implica una distinguibilidad cualitativa que se revela, se afirma y se reconoce en los contextos pertinentes de interacción y de comunicación social; esta distinguibilidad supone la presencia de elementos, marcas, características o rasgos distintivos que definan de algún modo la especificidad, la unicidad o la no sustituibilidad de la unidad considerada” (2005:22); es decir para que “Doña Chonita”

sea considerada con características particulares, solo estas tendrán validez o serán auténticas porque la colectividad le ha otorgado esa distinción.

Aun así, hay pobladores locales quienes opinan que Doña Chonita murió hace tiempo y que la mujer que se hace pasar por ella es una impostora o bien es su hija. A Doña Chonita le da risa que la gente le invente historias, como bien lo indica: el gobierno guatemalteco le da una pensión mensual, le otorgó la medalla y ha sido homenajeadada por varios alcaldes municipales.

A mi entender, el culto a la personalidad de “Doña Chonita”, propongo analizarlo desde la perspectiva que dota de nuevas fuentes de valor, por lo regular subjetivos, a objetos, paisajes y personas, al estilo de las “marcas personales” (Personal Branding), que consisten en que particulares personas, que gozan de singulares características y atributos que los hace “auténticos”, se promocionan mediante la percepción y el reconocimiento social que el resto de la colectividad le otorga.

Por lo tanto considero que, “Doña Chonita”, en respuesta a que el gobierno guatemalteco no la hizo visible, negándole el derecho de que su nombre apareciera en el rostro de la moneda de 25 centavos, ha aprovechado esta situación para destacarse y posicionarse ante los otros y el turismo.

## ***Capítulo IV El Festival Cosmic Convergence y la mercantilización de la espiritualidad maya tz'utujil***

### *Introducción*

El objetivo de este capítulo es presentar a través de la descripción etnográfica el último escenario en donde se reproduce la *economía de la identidad* (Comaroff, 2011), entendida por aquella actitud empresarial donde la comercialización de mercancías étnicas, prácticas cotidianas, paisajes y en este caso, rituales y espiritualidades se insertan en el mercado turístico internacional, imprimiéndoles valores espirituales, simbólicos y estéticos que anteriormente carecían de ellos, con la finalidad de dirigir su consumo a determinados mercados.

El tipo de turismo al que me refiero está sustentado en la espiritualidad maya tz'utujil que se ha fusionado con los festivales de tipo tecno y new age que aparecieron a finales de la década de los sesenta del siglo XX en el estado de Goa, al sur de la India, después se trasladaron a los países de Europa, la Isla de Ibiza, Oriente y Asia en la década de los noventa (D'Andrea, 2007) y al llegar Latinoamérica, a principios del siglo XXI, se fusionaron con las espiritualidades de los pueblos originarios, sobre todo con la espiritualidad maya.

Abordo el caso del festival *Cosmic Convergence*, celebrado en los terrenos de una finca abandonada ubicada al sur del territorio de la municipalidad de Santiago Atitlán, en un lugar conocido por los lugareños como la Bahía. El festival comparte características con otros festivales, como el *Festival Envision*<sup>66</sup> celebrado en Costa Rica, el *Festival Ometeotl*,<sup>67</sup>

---

<sup>66</sup><http://theconfluencegroup.com/EnvisionFestival2017/> fecha de

<sup>67</sup><http://www.ometeotlfestival.com/>



que se realiza en atractivos sitios de México y el festival *Tribal Gatherig*,<sup>68</sup> que se lleva a cabo en Panamá. El evento sirve de portal donde se presentan toda una serie de talleres y charlas de superación personal, espiritualidad, artísticos, musicales, culturales, espectáculos visuales de luces, proyecciones, performances, diseños de arte, promoción de nuevos estilos de vida basados en el tribalismo posmoderno, prácticas corporales como el yoga, de sanación -como el baño de temazcal, usos de símbolos ancestrales, diseños de moda tribales y estilos de alimentación alternativos.

El caso del uso de la espiritualidad maya tz'utujil para fines de atracción turística me servirá para explicar la reinterpretaciones que se le hace a dicha espiritualidad en los *festivales transformacionales*,<sup>69</sup> y por otra parte, analizar al interior de la población santiagueña, las posibles consecuencias sociales a causa de la mercantilización de lo que algunos santiagueños consideran su espiritualidad ancestral.

Recordemos que en los últimos diez años este tipo de espectáculos son cada vez más frecuentes en países de México y Centroamérica, principalmente en los municipios de alrededor del lago, sobre todo en San Pedro la Laguna, Panajachel y Santiago Atitlán. En un principio las fiestas trance o de “luna llena “se realizaban clandestinamente en San Pedro La Laguna, pero debido al ruido que provocaban y el elevado consumo de drogas, los dueños de

---

<sup>68</sup><https://www.geoparadise.org/tribal-gathering/buy-a-pass/pass-booking-form> fecha de consulta: 17 de marzo de 2017.

<sup>69</sup> La escena de los festivales de música electrónica es muy variada, pero básicamente son dos tipos los que destacan. El primero sigue patrones de consumo más globalizados de corte neoliberal. Djs de renombre se presentan en estos eventos, se realizan en lugares cerrados como clubes nocturnos o discotecas y son los que se comercializan más y por lo tanto los más populares. El segundo se les llama *festivales transformacionales* que surgen de la combinación de la música electrónica y las espiritualidades ancestrales que el movimiento de la new age ha mercantilizado. Este tipo de festivales –que se realizan en espacios abiertos para tener contacto cercano con la naturaleza- intentan hacer una fusión entre tradición y tecnología para generar conciencia sobre aspectos como la revaloración de los saberes de las culturas vernáculas o ancestrales, intercambio de experiencias, técnicas corporales como el yoga, temazcal modos de alimentación más sanos y orgánicos. Es un movimiento encabezado por jóvenes de tendencias alternativas en lo ético, espiritual y tecnológico.

los chalets se quejaron ante las autoridades y comenzaron a prohibirse. Sin embargo, la derrama económica que generaba en esos días beneficiaba directamente a los empresarios regionales, que tienen concesiones de cerveza, hospedaje y trasportación turística, y por otro lado se creaban empleos temporales a familias que vivían cerca, ya sea como mano de obra para montar los escenarios, venta de alimentos y ofrecer servicios diversos. Por lo tanto, las autoridades municipales accedieron a que se siguieran llevando acabo las fiestas trance, solo que de manera “controlada” y en zonas alejadas del circuito turístico. Una de estas zonas era la Bahía de Santiago Atitlán.

Ahora bien, el tipo de personas que asiste a estos espectáculos tienen sus particulares características: la mayoría son jóvenes extranjeros, que están en la búsqueda de relacionarse con lo sagrado de una forma diferente a comparación de las grandes religiones; son generaciones que están cansados de sus cotidianidades culturales, sus estilos de vida obedecen al culto del cuerpo, parecen una especie de tribu nómada global que, gracias al avance tecnológico de los medios de comunicación y a su condición de clase media pueden acceder a estas prácticas, y sentir que pertenecen a una tribu cósmica.

“La tribu cósmica” se puede analizar desde lo que se conoce como “nuevos movimientos religiosos” en los estudios sociológicos, que se enmarcan dentro del movimiento del new age. Teisenhoffer (2008:66-67) lo caracteriza de la siguiente manera: “como una innovación religiosa moderna que descansa sobre la creencia en una esencia divina del individuo, que vincula al mismo con un mundo espiritual y cuyo desarrollo puede producir transformaciones sociales, pero a nivel del individuo, “libre de toda obligación social”, que es guiado por la chispa divina del Yo interior”.

Dichos festivales pueden explicarse a través de tres posibles perspectivas: 1) como la puesta en marcha de innovadoras y atractivas ofertas enfocadas para atraer al “turismo místico-espiritual” (Basset,2012) de las nuevas generaciones de adultos jóvenes que cada fin de año dejan temporalmente sus hogares y países para tomarse unas vacaciones inolvidables e ir a la búsqueda de “experiencias alternativas del yo” (D’Andrea, 2007); 2) como un acercamiento con lo sagrado, exótico, auténtico y de tintes ancestrales, tal como lo indican René de la Torre y Kali Argyriadis (2008:13): que “recrea esencialismos ficticios”; y 3) como el anuncio del regreso del tribalismo, que siguiendo a Maffesoli, está buscando sentimientos de pertenencia y reconocimiento mutuos que crean formas de solidaridad (2004:10).

Siguiendo al último autor, tendríamos que empezar a verlos como una especie de rituales tribales posmodernos (Maffesoli, 2004) que obedecen a estilos de vida específicos y a religiosidades hechas “a la medida”, donde se contacta con lo sagrado de una manera bastante ecléctica, menos institucional, más personal y lúdica. Estas nuevas prácticas religiosas son una especie de híbrido entre espiritualidades chamánicas o ancestrales, técnicas de desarrollo personal y la combinación de ciertas herramientas tecnológicas, que conviven con música electrónica *trance* y *psy trance*.

En los últimos años en estos festivales se hacen fusiones musicales que incorporan sonidos, ritmos e instrumentos musicales de culturas indígenas,<sup>70</sup> lo que se acompaña de

---

<sup>70</sup> La escena de la música electrónica en los *festivales transformacionales* se ha visto diversificada en los últimos años, por lo tanto se puede considerar que ha aparecido un tercer tipo, que se basa en la combinación con la música hecha con instrumentos reales – como tambores, jaranas, kenas, mensajes de voz en off sampleados de profunda simbología de raigambre ancestral- que les ha dado mejor acercamiento con cierto público joven que se inclina por valorar el folklore, la música y conocimientos ancestrales; muchas de estas fiestas se asocian a fenómenos meteorológicos como la luna llena. En los últimos años la escena de la música electrónica se transformó. Con un pie puesto en la música “house” clásica, de la pista de baile urbana y el otro pie en los sonidos “tradicionales” latinoamericanos, una mezcla que pretende revalorizar las tradiciones

proyecciones visuales de imágenes ancestrales y del collage espiritual que permite el New Age, así como el consumo de sustancias psicoactivas y la afición por la música electrónica. En este caso, la música electrónica es el vehículo para que se produzca una singular espiritualidad, que se conoce como *techochamanismo* (Lagunas y Bozano, 2014).

Para tener una mejor comprensión de este capítulo es necesario retomar algunos conceptos auxiliares para comprender a profundidad cómo la *economía de la identidad* (Comaroff y Comaroff, 2011) no solo se desarrolla con la producción de valor de las cosas materiales, sino que esta diversificación hacia la producción de valor basado en las producciones intangibles, como bien lo mencionan los Comaroff “han ingresado al mercado dominios de la existencia que otrora le eran ajenos (2011:50).

Por lo tanto, remito a una serie de nociones conceptuales que permiten analizar aspectos vinculados al campo de la religión y de las nuevas espiritualidades de corte new age (Teisenhoffer, 2008), consumidas por el turismo internacional. En esta búsqueda de experiencias espirituales de raíz chamánica, los festivales transformacionales son nicho del “turismo místico-espiritual” (Basset, 2012) en los que surgen especialistas rituales, locales y extranjeros, que reelaboran las espiritualidades de origen indígena, en esta caso la espiritualidad maya tz’utujil, dando como resultado curiosas resignificaciones, como el “neochamanismo” (Lombardi, 2011).

---

culturales indígenas, pero en clave electrónica. La influencia llegó de la cumbia electrónica y con esto apareció un nuevo tipo de festivales electrónicos reflexivos y conscientes, que integran el yoga, el baño de temazcal, el arte indígena, comida orgánica, ceremonias de fuego, permacultura, bandas tradicionales de música indígena que sus sonidos son remezclados en formato electrónico. Esta música ya no es tan acelerada, es más bien tranquila, más “dub”. La mayoría de los exponentes son gente latinoamericana residentes en Europa o viven en sus países y hacen giras todos los veranos en los grandes festivales de música electrónica europea; ejemplos de estos artistas: Chancha Vía Circuito (Argentina), Matanza (Chile), Nicola Cruz (Ecuador), Dengue, Dengue, Dengue (Perú), Martha Van Straaten (Alemania) y Un (Alemania).

Retomo el concepto de “exotismo” (Tzvetan, 1991) para argumentar que el supuesto acercamiento para elogiar e *idealizar* las tradiciones de las comunidades indígenas, desde la práctica turística, parte de un desconocimiento total de lo que en realidad es la espiritualidad maya tz’utujil.

Finalmente, sostengo que para el desarrollo e implementación de nuevas espiritualidades, en Guatemala se conjugaron toda una serie de intereses relacionados a las adecuaciones políticas, económicas e ideológicas, que el Estado-nación aprovechó para darle una perspectiva turística-empresarial a la diversidad cultural, apoyada por algunas organizaciones e individuos, con el claro objetivo de desvincularlo de su capacidad política y espiritual de transformación de la realidad, que indirectamente han contribuido en la permisibilidad y producción de eventos de tipo *trance*, *new age* y de movimientos espirituales “hechos a la medida” que cierto sector de turistas internacional consume.

Estos movimientos ético-espirituales son claros ejemplo de hasta donde ha llegado la influencia de la globalización y del modelo económico neoliberal, produciendo escenarios que antes se identificaban sólo como expresiones de la contracultura. Lagunas y Bozano afirman que estas “iniciativas creativas nos dan cuenta de una cierta oposición al modelo dominante que pretenden hacer frente a dinámicas que estandarizan patrones culturales y que a la vez están en la búsqueda de la reconstrucción de vínculos perdidos producto de los procesos de la modernidad” (2014:169); argumento con el que yo no concuerdo, porque considero que, somos testigos y partícipes a la vez de un tiempo en el que el modelo económico neoliberal se ha insertado en las relaciones políticas, religiosas, familiares, espirituales y hasta en las subjetividades.

Gilles Lipovetsky, en su libro de “La felicidad paradójica” (2013) nos muestra que:

El “hiperconsumidor” no está solo deseoso de bienestar material: aparece como demandante exponencial de confort psíquico, de armonía interior y plenitud subjetiva y de ello dan fe el florecimiento de las técnicas del Desarrollo Personal y el éxito de las doctrinas orientales, las nuevas espiritualidades, las guías de la felicidad y la sabiduría. Actualmente asistimos a la expansión del mercado del alma y su transformación, del equilibrio y la autoestima, mientras proliferan las farmacopeas de la felicidad. La cuestión de la felicidad interior vuelve a estar “sobre el tapete”, convirtiéndose en un segmento comercial, en un objeto de marketing que el *hiperconsumidor* quiere tener a mano (2013:11).

Desde la mirada esencialista y romántica, se puede mirar a los asistentes de estos festivales, como una especie de tarzanes y amazonas posmodernos, se proponen paliar el modelo de desarrollo económico-ideológico y espiritual en sus regímenes económico-políticos y religiosos. Sin embargo, lo hacen desde un posicionamiento individualista, al considerar que “el cambio es personal”. Estos neo-hippies, buscadores del yo interior, nombran a esta nueva espiritualidad como “*neo-chamanismo*”, y que cada vez adquiere más adeptos entre la población adulta joven del primer mundo y entre jóvenes universitarios latinoamericanos que provienen de la clase media.

*Lo que hacemos es una especie de neo-chamanismo; antes, nuestros ancestros lo realizaban, sólo que nosotros recurrimos a la tecnología. Es la nueva religión que no está atada a ningún jerarca (Carolina, 27 años confeccionadora y comerciante de ropa de festival en el Festival Cosmic Convergence)*

Estos eventos, por lo que he observado, parece haber salido de una película de ciencia ficción al estilo de Mad Max (George Miller, 1979); una civilización en decadencia donde hay escasez de alimentos, agua e hidrocarburos y los personajes elaboran su ropa con residuos de otras prendas, sólo que a diferencia de la película, donde se reproduce una comunidad que comparte territorio, en la lógica de los festivales se construye una idea de comunidad o familia global nómada, digital e interconectada a la vez. Como lo indica Michel Maffesoli en

el tribalismo posmoderno: “microgrupos emergiendo en todos los campos de la vida y reagrupándose con la finalidad de luchar contra la adversidad que los rodea” (2004:10).

Para finalizar la introducción, pareciera que este tipo de eventos, se acercan más a una especie de “*marca distintiva*” o *etno-empresa* (Comaroff y Comaroff, 2011), puesto que sus funciones han sido ampliadas, y en algunos casos sustituidas, para generar entretenimiento, mercancías, productos, bienes y servicios destinados al mercado espiritual y turístico. Al combinarse con la tecnología crean un híbrido, que para Lagunas y Bozano, es catalogado como *tecnochamanismo*.<sup>71</sup>

Daremos paso a la descripción etnográfica del *Cosmic Convergence* celebrado en los últimos días de diciembre de 2016.

#### *4.1. La difusión del Festival.*

Quisiera comenzar la descripción narrando de qué manera me enteré del festival y cómo se difundió. En septiembre de 2016 me encontraba cursando el seminario de antropología del turismo cuando una compañera del seminario me envió por Facebook una fotografía publicitaria que lo anunciaba. Me sorprendió, porque hasta hace poco, este tipo de eventos eran semiclandestinos, ahora se realizan con el aval de las autoridades de los municipios, como en Palenque, Tulum, la costa de Oaxaca y los alrededores del lago de Atitlán.

---

<sup>71</sup> Parte de la concepción de la tecnología como elemento central de muchos movimientos culturales con marcado carácter espiritual que la entienden como una herramienta para resolver cuestiones relativas a la identidad y a la orientación cognoscitiva de grupos e individuos (2014:173).

En los días siguientes busqué la página del evento.<sup>72</sup> Era una página donde explicaba a grandes rasgos el festival que duraría cuatro días. Llamó mi atención el discurso del evento: se sustentaba en la *ancestralidad* y el fomento de las relaciones interculturales. En la sección de fotos y videos de los festivales anteriores, celebrados en el mismo lugar, en ellas se veía a una infinidad personajes de diversas nacionalidades en supuesta convivencia armónica con la población originaria. Al parecer estaban celebrando un gran ritual místico-electrónico. Se veía que al frente del público se encontraba el D.J. que parecía una especie de chamán tecnologizado. Sus herramientas eran su computadora, algunos instrumentos musicales y discos. Pareciera que con la música electrónica el D.J. estaba creando una atmosfera propicia para provocar una especie de trance en los jóvenes, ataviados con atuendos poco comunes, bajo una mañana soleada.

Llegó diciembre (2016) y nos trasladamos a Panajachel; en esos días sobresale la presencia del turista joven, que practica un turismo de aventura o menos planeado, no contrata tours, guías, ni se hospeda en lujosos hoteles. Se le conoce como “turismo mochilero”, hippie o “pobre” (Esparza, 1974). Sin embargo, aunque solamente sea por una noche, todos los turistas y viajeros pernoctan en Panajachel, que describí en el capítulo II. La mayoría de este tipo de turismo se desplaza a San Pedro o a San Marcos La Laguna, lugares que también abordo en el capítulo II. En los dos municipios la diversidad de hospedajes y de ambientes cosmopolitas permite tener una mejor oferta para los jóvenes.

---

<sup>72</sup> La página que consulté es la siguiente: <https://cosmicconvergencediscountcode.wordpress.com/2016/12/24/festival-line-up/> fecha de consulta: 25 de febrero de 2017.



#### 4.2. Bienvenido a Santiago Atitlán. Súbale, *tuc-tuc* al Cosmic!

Desde muy temprano se observa movimiento en el muelle de Panajachel. Esta ocasión, en las lanchas que van a Santiago Atitlán, la mayoría son turistas “güeros” con mochilas al hombro vestidos con ropa estrafalaria, la minoría son tz’utujiles. Los extranjeros se traducen en beneficios económicos para los propietarios de las lanchas, ya que la tarifa para el turista es prácticamente el doble de lo que se cobra a la gente local. En el muelle de Santiago los conductores de *tuc-tucs* esperan a los “hippies”.

Los organizadores del festival solicitaron a la municipalidad el servicio de 80 *tuc-tucs*<sup>73</sup> para realizar viajes especiales del muelle al lugar del evento. El costo por persona lo fijaron los operadores y sería de 10Q por persona, siendo que el cobro normal, dentro del casco urbano es de 3Q. La municipalidad le cobró a cada operador el permiso provisional de cuatro días a 30Q. Los *tuc-tucs* eran fácilmente identificables ya que tenían un letrero verde fosforescente del logo del festival pegado al frente y eso los acreditaba para salir de su zona cotidiana de operación.



Tuc-tuc oficial del Festival Cosmic Convergence

---

<sup>73</sup> Los *tuc-tuc*, es el servicio de transporte público particular más común en los municipios del Lago de Atitlán. Este transporte es un mototaxi de tres ruedas de fabricación hindú.

La bahía donde se realizará el festival se encuentra ubicada a 4 kilómetros de distancia hacia el sur del caso urbano de Santiago Atitlán, entre la aldea Tzanchaj y la aldea Chacayá. Es un finca de aproximadamente 10 hectáreas. Sobre una pequeña loma se encuentra una magnífica residencia de un solo nivel y ventanales de piso a techo, construida de piedra volcánica, cuenta con dos grandes salones, en uno de ellos hay una mesa de billar tapada y arrinconada en una esquina, en el otro, se encuentra la chimenea en una esquina y al otro extremo una barra de bar. Afuera cuenta con dos canchas de tenis y muelle privado. La propiedad tiene varios años sin ocuparse, sin embargo sus dueños rentan los terrenos para que los pequeños ganaderos del municipio pastoreen y guarden ahí a sus animales vacunos.

Normalmente solo las pick-up tienen permitido brindar servicio a diario a esas aldeas por la cantidad de 2Q por persona. En esta ocasión, si un extranjero abordaba este transporte –que tardaba más en pasar y por lo general venía saturado- se le cobraba a 5Q por persona.

A partir del día 28 de diciembre por las calles de Santiago Atitlán comenzaron a desfilar los asistentes al festival. Inmediatamente se les distinguía del resto del turista que cotidianamente visitan el mercado, la iglesia, el parque y otros lugares públicos de interés. El único cajero automático con el que cuenta Santiago Atitlán siempre se encontraba con una fila considerable de jóvenes que necesitaban sacar efectivo y prepararse para consumir en el festival o en el pueblo, donde compraban algo de víveres, principalmente fruta y agua, ya que el acceso de alimentos preparados estaba restringido.



Cajero automático en Santiago Atitlán en los días del

Cosmic Convergence. Foto: Gustavo Sánchez Espinosa

Enfrente de la entrada del festival, junto al área de parqueo se encontraba la oficina donde se adquirirían las entradas. Una joven rubia atendía al público, su idioma español no era bueno y ella prefería comunicarse en inglés; con una laptop sobre sus piernas realizaba el trámite de entrada: 650Q (que en dólares se convierte a: \$94 y en pesos mexicanos equivale a \$1550.00) por persona por los cuatro días. Después de pagar las entradas, la joven instalaba un brazalete en la muñeca, fabricado a máquina con hilos de colores azules y verdes que tenían tejido el logo del festival y la simbología de los “nawales” o días del calendario maya *tzolkin*.



Brazalete de entrada al Festival. Foto:

Gustavo Sánchez Espinosa

Al otro lado de la carretera, al interior del festival aún no terminaban los preparativos y ya oscurecía, sin embargo algunos asistentes estaban seleccionando el mejor lugar para instalar sus casas de campaña. Se observaba a hombres tz’utujiles acarreando leña y conectando los

últimos bebederos de agua potable. También había jóvenes extranjeros apoyando en la construcción de los últimos detalles de los escenarios. El inicio oficial del Festival sería al día siguiente.

#### 4.3. *El Festival. Preparativos y descripción de los escenarios*

Jueves 29 de diciembre de 2016.

Es de mañana en Santiago Atitlán, en la plaza se comienzan a instalar los vendedores de ropa de paca que la comercializan de un municipio a otro en sus pick-ups. Aparte de los compradores tz'utujiles, estos últimos días del año se unen a la compra los “hippies”; ellos buscan chamarras o alguna prenda gruesa para que los cubra del frío que hace en la bahía. El restaurante “Las delicias del Lago”, que se encuentra frente al mercado municipal, comienzan a ser frecuentado por los asistentes al festival ya que sus precios son accesibles.

Tres autobuses escolares antiguos, de fabricación norteamericana, adaptados como casas rodantes y pintadas con formas psicodélicas, se encuentran estacionados en el interior del festival, formando una especie de barrera para asegurar la única entrada. El más antiguo tiene instalado en la parte superior un techo desmontable de madera; sobre la tarima, sus ocupantes han conectado un pequeño sistema de audio para dar la bienvenida a los asistentes; la música *ambient* es suave y acogedora; en la parte posterior de la tarima un par de jóvenes extranjeros de cabello largo construyen un horno-estufa a base de leña, elaborado con lodo.

A su lado se encuentra estacionado otro camión escolar más moderno, de los que sirven de transporte público en Guatemala, tiene colgada una manta: *Fungy Academy*,<sup>74</sup> es

---

<sup>74</sup> Fungy Academia es un grupo de San Marcos La Laguna creativo y educativo que cultivan relaciones simbióticas entre los seres humanos y el planeta.

una asociación de jóvenes extranjeros alternativos que viajan por Centroamérica en sus camiones, tienen un estilo de vida nómada y su base de operaciones se encuentra en San Marcos la Laguna, municipio que se caracteriza por albergar a una buena población de migrantes por estilo de vida. La mayor parte de estos extranjeros viven en un barrio que la gente local llama “barrio gringo”.<sup>75</sup>

Es casi mediodía y aún continúan los preparativos y trabajos de construcción de los escenarios a base de bambú y telas livianas. La pequeña aldea “neotribal” aún no está del todo terminada.



Entrada y mapa del festival. Fotos: Gustavo



Sánchez Espinosa

---

<https://www.facebook.com/Fungiacademy/photos/a.560552637434618.1073741828.559344414222107/689190717904142/?type=3&theater> fecha de consulta: 17 de febrero de 2017.

<sup>75</sup> Véase “Turismo espiritual en tiempos postmodernos”. El estudio de caso de San Marcos la Laguna, Sololá, Guatemala, Engelbert Mohamed Tally Rosales, 2006, Universidad del Valle de Guatemala. [http://www.uvg.edu.gt/ccss/antropologia/doc/tesis/Tally\\_Rosales\\_2006.pdf](http://www.uvg.edu.gt/ccss/antropologia/doc/tesis/Tally_Rosales_2006.pdf) fecha de consulta: 17 de febrero de 2017.

El escenario principal de nombre *Baats'* (Mono o Live Stage) está construido a base de bambú y techo de palma, lo que le da un aspecto de aldea *ancestral*. El techo que servirá para cubrir del sol a los espectadores tiene un diseño simple y vanguardista a la vez. Está confeccionado creativamente con mantas trabajadas con técnica *batik*, cortadas en forma de triángulos que ya unidos ofrecen un diseño cuadrado bastante estilizado. Es un techo ligero, sostenido en el centro por un solo poste de bambú y estirado en sus cuatro lados. En este escenario se harán las sesiones matutinas de yoga, meditación y talleres de desarrollo personal, así como la presentación de grupos musicales, de danza y de teatro.



Escenario principal del festival. Fotos: Gustavo

Sánchez Espinosa

El segundo escenario se llama *Quetzalcoatl Trance Temple*, diseñado en forma de templo prehispánico maya. En cada uno de sus costados tiene unas cabezas de serpiente de Quetzalcoatl y al frente, dos pequeños templetos en las que se presentarán acrobacias con fuego, acroyoga y artistas plásticos que pintarán obras en vivo. Todo el escenario está decorado con pintura que hace que flouresca en la noche con la luz negra. En este escenario el techo para cubrir el sol esta mejor trabajado que el anterior. Raya en los límites de la creatividad. Este se confeccionó minuciosamente añadiéndole unas ligeras telas que asemejan capullos que cuelgan de las mantas más fuertes, estos capullos son fosforescentes con la luz de la noche. En medio de la recreación de la pirámide de Quetzalcoatl se encuentra instalada la cabina, en forma de cámara funeraria, que albergará a los Djs. Al frente del escenario se instaló una cabina que proyectará diseños prehispánicos en la superficie y los contornos del templo maya.



Fotos: Gustavo Sánchez



Espinosa



El tercer escenario se llama *Ixchel World Bass Stage* enfocado a los Djs que realizan música étnica, le llaman *world*. La cabina del Dj es un gran cráneo, a su interior se encuentra la cabina que por las noches tiene una tenue luz roja. Sobre la cabeza le han montado una



serpiente elaborada con petates y en la boca abierta se encuentra el rostro de un guerrero pintado de blanco con rayas negras. El fondo también está adornado con petates que asemejan un tocado que usan los danzantes. Al frente del escenario se ha instalado la cabina que proyectará luces sobre la superficie del cráneo.



Fotos: Gustavo Sánchez Espinosa

El área de tiendas, souvenir, venta de alimentos, bebidas y ropa de diseños tribales,<sup>76</sup> se le conocía como *Astro Plaza*, lo inicia una construcción redonda, también fabricada de bambú con formas de rombo y en estos se han instalado telas de color azul, blanco y rojo,

---

<sup>76</sup> Uno de estas tiendas de ropa con diseños tribales pertenece a una chica migrante por estilo de vida que vive en San Marcos la Laguna: Su nombre es Silvia, pero se autonombró “Selva”. Sus prendas pueden costar cientos de quetzales.

creando diseños geométricos, inspirados en los tipis que usan las tribus de Norteamérica. *La Astro Plaza* es un corredor comercial de unos cien metros de largo. En las dos alas, se han instalado todos los comercios de alimentos, bebidas y ropa, los pequeños locales no tienen un diseño en específico, cada comerciante construía su establecimiento.

El lugar llamado *Journey Portal* es un espacio dedicado a mostrar el trabajo de algunos colectivos y asociaciones, así como proyecciones de documentales y películas, talleres y conferencistas que promueven un estilo de vida orgánico y espiritual. El espacio tenía más asistencia en la noche, ya que el calor de la mañana hacía inoperables las actividades matutinas. Por las noches era el lugar privilegiado para disfrutar algún documental recostado sobre el pasto y con la cercanía de la venta de bebidas y alimentos.



Area de alimentos. Fotos: Gustavo Sánchez Espinosa

Todos los lugares preparados para el disfrute de los asistentes tenían inscrita alguna palabra o simbología para una clara conexión con la ancestralidad y la etnicidad. Por ejemplo: *Mayan Market*, donde permanece el grupo Consorcio, colectivo que lo integran mujeres tz'utujiles que provienen de la aldea ChucMuc<sup>77</sup>. Los organizadores del festival les otorgaron un espacio para la venta de alimentos que ellas elaboraban, por ser la organización anfitriona.

---

<sup>77</sup> La aldea Chuc Muc se fundó con las familias que quedaron sin hogar a causa de la Tormenta Stan que provocó un deslave en la Aldea de Panabaj, causando la muertes de cientos de personas y la perdida de sus hogares de buena parte de la población. Chuc Muc tiene cuatro secciones habitacionales donde la mayoría de las familias se dedican a elaborar tejidos y mostacilla para su venta al turismo.

*Kan Temple*, donde se puede adquirir comida japonesa, o bien descansar, dormir un poco y escuchar música relajante. El lugar está instalado al interior de una gran habitación del complejo de la finca abandonada. El acceso a este lugar, se debe realizar sin zapatos, se toma una colchoneta para tirarse al piso y descansar u oír música *chill out*.



Atrás de este espacio se encontraba la galería de arte o “*Art Galery*”, donde se realizaba *body painting*, talleres de mandalas tibetanos, exposición de pinturas sobre el arte visionario, y el arte sonoro, como: *el poder de los sonidos amazónicos*. Otros espacios que sobresalían en la pequeña aldea hippie eran el *Healing Area* donde se llevaban a cabo diversos talleres enfocados a la salud, la medicina alternativa, música, yoga, fractales y cuidado integral del cuerpo



Area de salud. Foto: Gustavo Sánchez

Espinosa

*Ancestral Village* es un espacio para difundir saberes ancestrales, como los de la cultura anfitriona y otras técnicas tradicionales. La mayoría de los talleres los realizó la organización anfitriona de mujeres tz'utujiles *Consortio*, entre ellos los de elaboración de tortillas y *patín*<sup>78</sup>, de tintes naturales, demostración de elaboración de textiles tradicionales hechos a mano, de tostadas de café, de petates, de tejido en telar de cintura, de tamales, de mostacilla. Otros talleres los impartían voluntarios extranjeros, por ejemplo, los de artesanía urbana, de geometría sagrada, de instrumentos musicales tradicionales, de elaboración de “ojos de dios” y mandalas tejidos, de encuadernación y música.

Dentro de todo el abanico de talleres, se destacan las actividades que las mujeres llevan a cabo en la cotidianidad en sus aldeas. El festival sirve como espacio para la valoración, difusión y mercantilización de estas prácticas y conocimientos. La pregunta que

---

<sup>78</sup>El *patín* es un platillo tradicional tz'utujil muy cotidiano en las vidas de los habitantes de Santiago Atitlán, es una especie de tamal; elaborado con hoja de *maaxà*, parecida a la hoja de plátano, que al interior guarda un guisado elaborado a base de tomate con de pollo, carne de res, o pescado.

surge aquí es: si ¿esta manera es un ejercicio de interculturalidad o sólo una puesta en escena acerca de las actividades cotidianas como una forma más de exotización?

*La aldea japonesa* es un espacio donde se instalaron la cultura invitada y los que compartían esa nacionalidad; y que en esta ocasión fue el país invitado: cada año se invita a una cultura distinta y le dedican más tiempo para mostrar sus tradiciones y alimentos. Esto se notó, sobre todo, porque se les abrió un espacio para que vendieran comida, cerca del escenario *chill out* y en la zona de alimentos.

*Red Tent* (tienda Roja o Templo de las Diosas) es un espacio ubicado atrás de la *Ancestral Village*, exclusivo para mujeres que se encuentran en su período y donde van a “sembrar su luna”, o sea la menstruación. Las encargadas son una pareja de mujeres que venden copas menstruales y ofrecen pláticas en los festivales acerca del ciclo menstrual y de qué manera ofrecerlo a la “Madre Tierra”.

Un área importante que los organizadores instalaron en el corazón de la gran finca fue el destinado a albergar el fuego sagrado o *sacred fire*. En este lugar se llevaron a cabo las ceremonias de apertura y clausura, encabezadas por dos *ajk'ij*<sup>79</sup>, Tata Pedro, “sacerdote maya”, que se ha encargado de dar a conocer la espiritualidad maya en circuitos new age, originario de San Pedro La Laguna, y Tata Mariano, de origen quiché, y colaborador de tata Pedro.

#### 4.4. *El trabajo voluntario*

Todos los trabajos que se requirieron para armar, mantener y recoger la escenografía de la pequeña aldea fue producto del voluntariado de jóvenes de diversas nacionalidades que junto

---

<sup>79</sup> *Ajk'ij* es la palabra designada para el especialista que se dedica a la oración y a la medicina maya

con la asociación huésped *Consortio* construyeron los escenarios del festival. A los voluntarios les otorgaban la entrada gratis al festival y unos tickets para comida, elaborada por el colectivo de mujeres tz'utujiles.

Angy es una chica mexicana, originaria de San Miguel de Allende, México; de tez blanca y cabello ensortijado que le da aspecto de extranjera. Desde hace ocho años radica en Playa del Carmen, comenta que la primera vez que asistió a este tipo de festivales fue en el 2015 y vino precisamente al *Cosmic Convergence* a participar como “voluntaria”. Recuerda que unos meses antes escribió un correo electrónico a los organizadores para postularse como voluntaria, no creía que le fueran a contestar y cinco días antes de iniciar el festival le dieron una respuesta positiva. La experiencia la disfrutó al máximo; trabajaba solamente 8 horas diarias, cavando hoyos para meter los bambús que sostenían los escenarios. El tiempo libre lo invertía en la meditación y el yoga, afirma. Hay varios momentos para ser voluntario: en el pre-fest, el festival y post-festival.

*El año pasado andaba más en el new age, en la energía. Lo bonito de ser voluntario es que en verdad te conectas con la familia cósmica. Los voluntarios son algo esencial para la construcción del festival” (Angy, 32 años)*

Este año (2016) Angy trabajó contratada para realizar la señalética del festival. Le otorgaron un presupuesto de 300 dólares. Tenía a su cargo a un grupo de voluntarios que a su parecer trabajaron más de la cuenta. Cada escenario le encargaba letreros y señalizaciones. A cada líder o jefe de algún departamento, o artista, conferencista y tallerista, los organizadores le proporcionaban hospedaje y alimentación en cabañas que se encontraban enfrente del terreno donde se realizaba el festival.

#### 4.5. Ceremonia de Apertura

29 de diciembre 2016. 13:30hrs.

Empezaré por describir a grandes rasgos el peculiar ritual que dio apertura a las actividades del festival. -Los hispano-hablantes, incluidos los especialistas rituales, lo llamaban “ceremonia maya” o “fuego sagrado; los angloparlante se referían a él como: *sacred fire*, tal como aparecía en el programa de mano<sup>80</sup> que se repartió en la entrada. Utilizaré el termino como los locales le nombran, “*ceremonia maya*, que estuvo a cargo de dos “especialistas” rituales, conocidos como: *aj’q’ijab’*.<sup>81</sup>

Durante la celebración los “especialistas” usaron varios elementos y parafernalia ritual propia de la espiritualidad maya tz’utujil. Uno de estos elementos observados durante el *performance* es el uso del calendario de origen prehispánico *cholq’ij*,<sup>82</sup> así como de otros elementos auxiliares como el *poom*, las candelas, el chocolate, el fuego, el tabaco, acompañados de la música tradicional tz’utujil<sup>83</sup> que es usada en varios eventos religiosos

---

<sup>80</sup> Las actividades que se mostraban en el programa de mano eran las siguientes: 29 de diciembre: 13:16:00, “Opening Ceremony”; 16:00-2:00 “Open Fire”; 2:00-4:00 “Mantra and Singing Circle”. 30 de diciembre: 9:30-11:00 “Canto al Agua” o “Water Ceremony”; 11:00-0:00 “Open Fire”. 31 de diciembre: 9:00-10:00 Medicine Music Meditation; 10:00-11:00 “Sacred Tobacco Ceremony”; 12:00-16:00 “Keith’s Cacao Ceremony”; 16:00-0:00 “Open Fire”. 1 de enero: 6:00:6:30 “Sunrise Peace Meditation”; 7:30:16:00 “Open Fire”; 17:00-18:00 “Closing Ceremony”.

<sup>81</sup> El término *aj’q’ij* en singular y *aj’q’ijab’* en plural se usa para designar a los guías espirituales, contadores de los días y especialistas que en la actualidad continúan reproduciendo la costumbre maya (véase Bastos, Tally y Zamora, 2013:312-313).

<sup>82</sup> El calendario *cholq’ij*, conocido como de cuenta corta que dura 260 días, es de uso por estos especialistas, sobretodo en el altiplano occidental, su uso es observable en sus espiritualidades que mantienen relación con el día de nacimiento de la persona para así conocer su *nawal* y las energías que representan los numerales ( Bastos, Tally y Zamora, 2013:313). En la actualidad el uso de este tipo de conocimientos se ha puesto al servicio del turismo espiritual que nos da cuenta Engel Tally (2007) para el caso de San Marcos La Laguna.

<sup>83</sup> Dichas composiciones rituales se encuentran documentadas en: “*Canciones de la Faz de la Tierra*”. Investigación sobre la música tradicional tz’utujil, de Linda O’Brien, 1984, Revista del Centro de Estudios folklóricos de la Universidad de San Carlos, Guatemala.

tradicionalistas de Santiago Atitlán; también contó con la presencia del gobierno ancestral, conocido como *El Cabecera*<sup>84</sup> para darle *autenticidad* al evento.

Pero antes me enfocaré en explicar brevemente dos aspectos: la naturaleza de este tipo de movimientos espirituales y después a los personajes que oficiaron la ceremonia maya: quiénes son, de donde vienen, qué hacen y a qué tipo de clientela atienden los “especialistas” rituales o *Aj' q'ijab*.



Ceremonia de apertura del

festival. Foto. Gustavo Sánchez Espinosa

---

<sup>84</sup> El gobierno ancestral o “*El cabecera*”. Es una serie de nombramientos de la jerarquía cívico-religiosa que data de la colonia y este obedece a la esfera civil, se encuentra vinculada a la cultura. En teoría es el órgano supremo para resolver cuestiones del mantenimiento, cuidado del territorio, darle seguimiento a los proyectos de desarrollo que promueve la Alcaldía, -ya que es este el que salvaguarda los títulos primordiales del pueblo, así como dar seguimiento a la rotación y buen desempeño de cargos, imágenes y santos de la religión católica, como por ejemplo: la rotación del Maximom entre las 8 cofradías que participan en la reproducción de la costumbre. Podría considerar que en la actualidad este gobierno tiene un rol meramente “simbólico”. Durante mi última estancia de trabajo de campo con las personas que entablé conversaciones, me vertían sus opiniones acerca de este tipo de autoridad tradicional. Los comentarios giraban en torno a que *el cabecera* se estaba volviendo un cargo vitalicio y ese no era el objetivo original, y que su representante no tenía el carácter de autoridad.



Para fines prácticos de la exposición retomaré el artículo de Bastos, Tally y Zamora;<sup>85</sup> autores que analizan este tipo de movimientos espirituales alternativos, caracterizado como *new age maya*, mismos que “retoman, reapropian y reinterpretan los distintos hallazgos e interpretaciones de arqueólogos y antropólogos y la reivindicación política- espiritual del movimiento maya en Guatemala” (2013:309).

Los autores mencionan dos tipos de reivindicaciones: las políticas y las espirituales. Las primeras son imprescindibles para explicar el camino que han tomado las instituciones gubernamentales, como el INGUAT, promotores del turismo, y algunos especialistas religiosos mayas, que haciendo uso e interpretación de los *Acuerdos de Identidad y Derechos de los Pueblos Indígenas* (surgidos de la firma de los *Acuerdos de Paz* entre la guerrilla y el gobierno de Guatemala en 1995) que contemplan - el *Acuerdo sobre Espiritualidad y Lugares Sagrados*, imprimiéndoles aspectos neoliberales. Su análisis permite comprender el trasfondo económico en el proyecto de nación multicultural, de marcada tendencia neoliberal (Hale, 2007), por el cual este tipo de prácticas espirituales están siendo utilizadas para construir un “discurso multicultural políticamente correcto y creando espacios [e individuos,] en donde lo “maya” está claramente acotado y delimitado” (Bastos, 2008:32).

El *Acuerdo de Espiritualidad y Lugares Sagrados*, como indican los autores, “sentó la base para la institucionalización definitiva de la espiritualidad. Las organizaciones de guías espirituales se reforzaron [mi opinión es que, también algunos se beneficiaron] al negociarse este acuerdo en una Comisión Paritaria”. Continúan los autores argumentando que “la definición de espiritualidad se salió de las manos cuando el Ministerio de Cultura se hizo

---

<sup>85</sup> El artículo al que hacemos referencia se titula: “*La reinterpretación del oxlajuj b’aqtun en Guatemala: entre el new age y la reconstitución maya*”, compilado en el libro: “*Variaciones y apropiaciones latinoamericanas del new age*, coordinado por Renée de la Torre et al. (2013)

cargo y declaró qué lugares eran o no sagrados; se extendieron gafetes para legitimar quien es auténtico *aj q'ij*; las “ceremonias mayas” comenzaron a utilizarse en actos de gobierno, de cooperación, culturales, y turísticos. A tal grado que, políticos, personajes diversos, antropólogos y turistas no mayas empezaron a aparecer en las lista y recibieron su vara oficial de *aj q'ijab*” (2013:325).

Cabe hacer la puntual mención que las reivindicaciones espirituales de tipo *new age* elaboradas por escritores esotéricos como José Argüelles (*The Mayan factor*, 1987) y John Major Jenkins (*The 2012 story*) son referentes importantes que surgen a partir de la década de 1970 del siglo pasado, cuando el movimiento contracultural “hippie” intentaba llevar a la práctica las investigaciones académicas de arqueólogos y antropólogos, realizadas sobre los mayas clásicos y actuales y su sistema de conteo del tiempo. Tales historias, de tipo místico-espiritual, son consumidas por personas de la clase media provenientes de grandes urbes, que están en la búsqueda de espiritualidades ancestrales, de conocimientos perdidos y de aspirar a la transformación personal.

El par de especialistas vestía con ropa blanca y distintivos rojos en la cintura y la cabeza. El más viejo se llama tata Pedro Cruz, es famoso en el movimiento del *new age maya*, en la cuenca del lago de Atitlán, sobre todo, por ser un personaje que realiza matrimonios y *ceremonias mayas* para los extranjeros que radican en San Pedro y San Marcos La Laguna. Ha instruido en la *costumbre* o en el oficio a varias personas de diversas nacionalidades. Su colega se llama tata Mariano, es quiche, también fue instruido por tata Pedro, y participa en

diversos *tours* espirituales como *Itzambe tours*<sup>86</sup>. Estos dos personajes se pueden caracterizar antropológicamente como *neochamanes*.

En este tipo de eventos es muy común contar con la presencia de Tata Pedro, quien por ser *Ajk'ij* “auténtico” se ha ganado el prestigio entre aprendices de chamán, principalmente extranjeros. Es curioso que sus prácticas, entre la población local de San Pedro La Laguna, se consideran las de un charlatán, que ha usado su figura como especialista de la espiritualidad maya para obtener prestigio, viajar alrededor del mundo y obtener dividendos. Como bien lo indica Lombardi el neo-chamanismo “es una tradición que se desarrolla en un tiempo mítico un “*illo tempore*” lamentablemente perdido, y es aquí donde la figura del chamán se constituye como el eslabón entre este espacio perdido y el presente” (2011:3).

Son la 13:40 p.m. Los jóvenes que se reúnen alrededor del *fuego sagrado* observan los preparativos de los especialistas rituales mientras conversan entre ellos. Los *Aj' q'ijab* preparan candelas de colores, chocolates, copal o *poom* en veinte partes y estos obedecen a los 20 nawales a los que se les va ofrendar. Atrás del círculo del fuego sagrado, amarrados de un extremo a otro de unos árboles, cuelgan una serie de pequeñas impresiones en lona, son los símbolos de los nawales que se pretende invocar. A un costado del fuego sagrado se encuentra instalada la casa de campaña de los *Aj' q'ijab* donde se observa un letrero sobre el piso que dice: *Mayan Energetic and Spiritual Clearising. Energia y Limpieza Maya Espiritual*.

---

<sup>86</sup><http://itzambetours.com/services-view/camino-iniciatico-a-la-sabiduria-maya/> fecha de consulta: 24 de febrero de 2017.



Ceremonia maya en el festival. Foto. Gustavo Sánchez

Espinosa

Los músicos de la Cofradía de San José de Santiago Atitlán tocan una canción tradicional que está dedicada a Francisco Sojuel.<sup>87</sup> El camarógrafo del evento le instala un micrófono inalámbrico a Tata Pedro para captar mejor su voz en la grabación; mientras, tata Mariano toma unas fotos con su “tablet” y prende un enorme tabaco; el joven ayudante menea de un lado a otro una lata adaptada a incensario. El lugar es invadido por una nube blanca de *poom*. El ayudante camina entre la gente meneando el incensario para “purificar” a los

---

<sup>87</sup> Francisco Sojuel es un héroe mítico de Santiago Atitlán que en muchos eventos históricos por los que ha pasado la comunidad, el personaje ha hecho su aparición. En vida labró varias piedras, misas que aún conservan sus descendientes que son encargados de la Cofrada que lleva su nombre. Ha sido sujeto de inspiración de varias canciones que se tocan en diversos momentos rituales, por ejemplo se toca en el camino rumbo hacia Chicacao, donde se recoge la fruta que será utilizada para adornar el espacio donde habita el *Rilaj Maam*. También se dice que Francisco Sojuel ayudó a los nawales a construir el cuerpo de Rilaj Maam (conversación personal con Gaspar Mendoza, segundo escribano del gobierno ancestral)

jóvenes, músicos y termina su recorrido en el pequeño altar. Son los últimos preparativos para que comience la ceremonia de apertura.

Uno de los organizadores (Iván) comienza por dar unas palabras de bienvenida al público, resalta la presencia de las autoridades ancestrales del pueblo de Santiago Atitlán, y la participación de los dos guías espirituales. De inmediato una chica extranjera lo traducía al idioma inglés. Aproximadamente unos 80 asistentes se reunieron alrededor del círculo que adornaron con piedras y petates para que se sentara la gente.

Después, el líder de la autoridad tradicional ofreció unas palabras en idioma tz'utujil y otro joven miembro de la autoridad realizaba la traducción al español. Enseguida los músicos tradicionales tocaron una canción. Terminando la canción, la hija de tata Pedro (Marina) se dirigió a los asistentes para darles la bienvenida e inmediatamente, Iván, miembro y organizador del evento traducía el mensaje al inglés:

*Buenas tardes a todos, gracias al corazón del cielo y de la tierra por permitirme un año más. Este es el sagrado fuego del inicio de este festival, bienvenidos y bienvenidas a las tierras de los tz'utujiles (traducción de Iván). Sabemos que en Guatemala habemos 22 etnias, uno de ellos son los tz'utujiles y nosotros somos los tz'utujiles, nuestro nombre en tz'utujil significa la flor de milpa. Este es el pueblo que habitaron nuestros primeros abuelos (traducción de Iván). Nuevamente les damos la cordial bienvenida ante el sagrado fuego (traducción de Iván).*

*El fuego es la cosmovisión y es el conocimiento. Esto no es un juego, es momento y espacio de concentración de petición, de todo lo que uno trae dentro de su corazón (traducción al inglés a cargo de Iván). Tenemos la presencia de nuestros abuelos, que es el señor cabecera, que es el único de los tz'utujiles que todavía conserva de nuestros ancestros que es el principal del pueblo (traducción de Iván). Y todos ellos y nosotros nos vamos a encargar del fuego sagrado, estamos aquí por amor al fuego y por amor de todos los que necesitan (traducción de Iván). La ceremonia es la espiritualidad y nuestra espiritualidad maya no es una religión, es una espiritualidad, nosotros no estamos ni a favor ni estamos en contra de la religión, es el respeto, es el equilibrio, es la madre naturaleza, es todo lo que vemos, (traducción de Iván). A Dios, al Ajau, lo vemos en la lluvia, en el fuego, en el aire, en cada uno de ustedes. Así que empezamos la ceremonia, nosotros vamos a estar aquí durante los cuatro días, vamos a cuidar el fuego y les pedimos a todos los que quieran venir*

*a ofrendar algo, lo que uno nace dentro de su corazón. Puede poner una candela, un dulce, un chocolate, algo que uno quiera ofrendarle al fuego, sólo pedimos mucho respeto al fuego, (traducción de Iván). También los abuelos van a estar aquí los cuatro días, si alguien quiere una consulta, después de esto, algo personal, ellos y nosotros vamos a estar para atenderlos (traducción de Iván).*

*Vamos a iniciar nuestro sagrado fuego con Tata Pedro que es conocido ya por el mundo dando a conocer la espiritualidad maya. A Tata Mariano que es un tata quiche. Entre tz'utujiles y quiches vamos a estar en el fuego. Gracias a ellos también que pudieron nuevamente estar en el festival este año (traducción Iván). También al pequeño, que es mi hijo, que también es un seguidor y vendrán muchos tatas y nanas durante estos días (traducción de Iván)*

*Tata Pedro: Les damos la bienvenida en nombre del Ajau, en nombre del cielo y de la tierra, del agua y del fuego. Vamos a organizarnos para hacer la invocación, el inicio de este sagrado fuego que vamos a hacer (traducción Iván).*

*Vamos a empezar con el Ajau, es el primero. Para que todo el mundo tenga idea acérquense a este círculo sagrado. Vamos a darles la bienvenida a nuestros abuelos, se van a manifestar a través del fuego. En esta área no la pisen, aquí tenemos a la imagen del abuelo Sojuel. Vamos a tener mucho respeto, esto es un lugar sagrado (traducción Iván).*

*Donde vamos a recibir nuestra sanación, medicina que no vamos a encontrar en ninguna clínica ni ningún hospital del mundo. Es lo que nosotros trabajamos. No hay dolor, no hay nada, es uno mismo que trae en sus manos, la medicina, el instrumento para resolver cual sean los problemas que nos aquejan, les pedimos mucho respeto al fuego sagrado. Para iniciar es el coj es la paga, es el fuego, ¡hay que ofrendar! ¡Ofrendar por todo lo que hemos recibido!: Para nuestros abuelos es un día muy especial, para ofrendar por los veinte días todo lo que se recibe, por lo beneficios y los fracasos. Vamos a respetar mucho y gracias aquí a la Nana, hoy es cuatro toj, Siempre fallamos, ¿verdad? Pero siempre reconocer es de sabios los errores que cometemos. Iniciamos entonces. Les pedimos a todos los que estamos aquí que venimos por fe, Porque pedimos que no haiga percance alguno para que todo este evento, el inicio salga todo bien. En un momento vamos a cantar: ¡todos felices! A la salida del padre sol, alzamos nuestro rostro al espacio infinito para conectarnos con todos los elementos de la naturaleza (traducción Iván)*

*Te damos las gracias para que seamos siempre felices con todo lo que recibimos!*

Mientras que Tata Pedro daba su discurso, los otros dos especialistas comenzaron a arrojar candelas e inciensos al fuego sagrado. El tamborero tocaba su instrumento pausadamente.

Los asistentes estaban en un momento de comunión, se notaban que había una entrega de comunión con el ritual. Unos, parecía que oraban, otros inclinaban a la tierra sus cuerpos

arrodillados, otros alzaban los brazos al cielo con los ojos cerrados. Cada persona, a su manera, expresaba veneración y respeto. Tata Pedro recita una oración en tz'utujil y echaba un puño de candelas, *poom* y varios pedazos de chocolate al fuego sagrado, repitiendo varias veces la palabra *meltiosh* (gracias); el resto de los asistentes pasaban de estar parados a arrodillados, siempre en una actitud solemne, sagrada, intentando tener comunicación con su espiritualidad personal.

El silencio, la calma del lugar y el contacto con la naturaleza, creaban el escenario perfecto para que el ritual se llevara a cabo. El sonido del tambor y el canto de los pájaros amenizan la ceremonia. Un par de chicas extranjeras, que se encontraban al lado de Tata Pedro, pareciera que alcanzaron la comunicación espiritual anhelada. Alzaban sus brazos al cielo, se levantaron de los petates y comenzaron a bailar. Parecía que interpretaban una danza hindú, acercaban sus vientres una con la otra. Movían sus cuerpos sensualmente, sus ropas diminutas de diseño tribal -que se ajustaban perfecto a sus figuras- y sus cuerpos esbeltos creaban una imagen y momento entre sagrado y erótico.

Pareciera que esta solemnidad ritual, habituada a observar y analizar por el etnólogo en las sociedades tradicionales, ha cambiado, o más bien: ¿es el observador entrenado el que tiene ampliar los espacios de observación y por lo tanto, la interpretación de este tipo de actos rituales? ¿Quién es aquí el especialista ritual? ¿Es un ritual auténtico o exótico? ¿Qué es a lo que los jóvenes ahí presentes le rinden culto? ¿Una nueva religión o veneran una espiritualidad desconocida?; ¿los asistentes, incluidas las chicas extranjeras que bailan y yo mismo, no sabemos a ciencia cierta de qué se trata la espiritualidad tz'utujil; o ¿elogiamos una cultura o espiritualidad sin previamente conocerla?

Recordemos a Tzvetan Todorov en su libro *Nosotros y los otros*, como bien lo indica el autor “lo que se valora no es un contenido estable, sino un país y una cultura definidos exclusivamente merced a la relación que guardan con el observador; y los mejores candidatos al papel de ideal exótico son los pueblos y las culturas más alejados y más ignorados. El exotismo es un elogio en el desconocimiento” (1991:305-306).

Por ejemplo, unos días después, para ser preciso el día 31 de diciembre, durante la ceremonia del tabaco, tata Pedro traía a dos ayudantes extranjeros, un par de jóvenes que le auxiliaron durante todo el ritual. Mientras tata Pedro tocaba algunas melodías con su flauta, los jóvenes extranjeros, vestidos con ropas tradicionales de Sololá limpiaban unos envoltorios que contenían *poom* y lo arrojaban al fuego sagrado; ellos estuvieron participando activamente en el ritual, encendiendo puros y fumándolos con el resto de los especialistas rituales.

Como bien lo indica Lombardi “cuando se habla de relación entre el chamán y el seguidor occidental, estamos de frente a un “nomadismo de la creencia” donde el recurso a la acreditación tiene una doble utilidad: primero, la reivindicación política orientada a una revalorización del “ser” indígena, y también una presentación de la alteridad exótica como sistema coherente de creencias que sirven como una especie de conversión al revés, donde los indígenas llevan la “palabra” a los occidentales (2011:3).

Después volvió a hablar Marina (hija de tata Pedro):

*Buenas tardes, en el nombre de todos, vamos ir dando las gracias (mientras ella, seguía arrojando velas de varios colores al fuego). Gracias nuevamente por el aire que respiramos, gracias por nuestro fuego, gracias por el sustento de cada día, te pedimos, te imploramos, te suplicamos, el equilibrio en nuestro evento, te pedimos el equilibrio en cada uno de nosotros, para que no haya problemas, para que no haya dificultades. Gracias abuelos y abuelas, los invocamos a los cerros, a los valles, a las montañas, a los dueños de la naturaleza, a Sojuel, allá a los animales y a los pueblos...*



Con ayuda de su pequeño hijo, Marina seguía arrojando al fuego la ofrenda, candelas de varios colores, *poom* o copal, chocolates y dulces. De nuevo se volvía a formar una densa nube de humo y varios olores salían del fuego. Después le tocó a tata Mariano dar un pequeño discurso:

Turno de tata Mariano: *Creador y formador del aire, de la energía, sol, gloria, luz, Recíbenos en este sagrado lugar, compartimos nuestras palabras, recibimos lo que no hemos recibido, todas las alegrías, todas las tristezas, todos los dolores, todos los sufrimientos, todas las enfermedades que no existen, al final vivimos aquí con muchas naciones y pueblos. Ahora de nuevamente, gracias por la vida, gracias por nuestra mente, por nuestra comida. Lo sabemos, te veneramos, a estos creadores de los cuatro puntos cardinales. Con todo nuestro corazón estamos aquí celebrando la alegría de haber llegado, la inauguración de lo festivo para crear paz, ya no más violencia. Estamos muy agradecidos, por eso invocamos a la venida del aire y del aire, invocamos a la venida del sol y a la venida de la luna, el espacio infinito, corazón del cielo. Te rezamos madre tierra que nos alejes de nuestros problemas.*

Durante todo este tiempo los hijos de Marina fumaban tabaco y seguían arrojando al fuego la ofrenda. Y de nuevo vuelven a tocar una canción los músicos tradicionales (guitarra, tambor, y sonajas).

Turno Tata Pedro: *Ahora vamos a empezar la ofrenda, vamos a invocar a los veinte nawales a que vengan al fuego.* El par de chicas que anteriormente “bailaron”, ahora, ya sentadas en “flor de loto” sobre los petates comienzan a cantar un fragmento de canción: *“gracias, por el día, gracias por todo, gracias por todo, gracias...”*

Comienzan de nuevo a tocar y cantar los músicos tradicionales.

Tata Mariano: *Ya están cansados? Noooo.... Gracias a todos y a cada uno de sus naciones que han venido, guías espirituales, han asumido sus responsabilidades como consejeros para caminar por la paz y la luz de la humanidad: Perdónenos por el tiempo, no pudimos traducir a los nawales como siempre por darle el espacio a la música, dicen que son felices los ancestros con la música, y también nosotros.* (Mariano abrevia el relato y dice;) *Gracias por la comprensión y la paciencia que están compartiendo con nosotros. En un momento vamos a cerrar nuestro conteo de los veinte días de los veinte nawales. No quiero cantar solo del uno al tres. Quieren cantar conmigo? Siiii! Traigan sus flautas, traigan sus tambores o se pueden quedar así a su manera como se sientan felices*

Se escuchan gritos, aplausos, aullidos, tambores, uno por ahí grita Ajau....

Por lo que me pude percatar, durante la ceremonia los especialistas rituales han creado todo un performance, adaptando la ceremonia del fuego sagrado para que los *jóvenes buscadores del yo* logren tener contacto con su lado espiritual. Al pedirles que se unan al ritual tocando instrumentos, tambores, realizando danzas, aullando y expresándose cada quien a su manera, están haciendo un collage de ritualidades. Como bien lo indica Lombardi: “el neo-chamán tiene una relación cercana con los occidentales, utiliza un “sincretismo de terapias simbólicas” que se refieren de un lado a las tradiciones de matriz histórica y por el otro lado de las técnicas de psicoterapia contemporánea” (2011:4).

Terminó el ritual. Tuvo duración de una hora y media. Ya eran como las cinco de la tarde. La gente comenzó a hablar en idioma inglés entre ellos. Los asistentes aplauden y aúllan como si estuvieran en un concierto. Comenzaron a levantarse de sus petates y se fueron dispersando a los diversos escenarios. Era momento de la comida y el espacio de las tiendas de alimentos era el más frecuentado. No se vendía nada de alimentos con carne. Sólo la comunidad japonesa vendía pescado que contenía el sushi.

En una de nuestras constantes idas y vueltas al pueblo conocimos a un joven de 23 años, instructor de yoga que no estaba asistiendo al festival, él era instructor en un centro de retiro espiritual, ubicado en la aldea de Chacayá, conocido por los locales como “la granja de los chinos” o el *Yoga Farm*. Es una granja donde los asistentes producen sus propios alimentos, realizan yoga y meditación, “la granja de los chinos” está prácticamente aislada y sin servicios de luz eléctrica e internet. Anthony es de California y se queja del ruido que hace el festival y que llega hasta el centro de retiro, que se encuentra a 20 minutos de distancia, pasando la aldea Chacayá.

*La población local ha cambiado mucho por la influencia del turismo, yo no puedo estar en un lugar donde se consume alcohol y droga, como en San Pedro La Laguna. Ahora en la granja soy feliz, llega gente de todo el mundo, les enseño yoga, doy masajes y pido cooperación voluntaria. Salí huyendo de San Marcos porque hay mucho yogui rico. Cada pueblo tiene su propio estilo de turismo, Varios de estos pueblos se han convertido en el “emotional play-ground” (cuarto de juegos emocionales) de muchos jóvenes de la clase media de todo el mundo. Creen que con los recursos que poseen, pueden comprar su paz espiritual (Anthony, 23 años)*

#### *4.6. La dinámica del Festival*

Básicamente el festival tiene dos horarios y dos tipos de eventos. En la mañana-miércoles está enfocado a actividades de meditación, yoga, salud, eventos y talleres para los niños. Y en la tarde-noche comienzan las actividades de música electrónica, d.js., espectáculos visuales, proyecciones de documentales y presentaciones de acrobacias con fuego.

En las mañanas, desde muy temprano, la dinámica, los espectáculos y talleres del festival se enfocaban en la atención de la salud, la espiritualidad, la alimentación, la práctica del yoga y el desarrollo personal. En el *Live Stage* a partir de las ocho de la mañana comenzaban las clases de yoga, meditación y otras prácticas de sanación, y conferencias por ejemplo la conferencia llamada *Spiritual Sexual Shamanism*.

Cae la tarde-noche y los espectáculos artísticos dan inicio; el frío se intensifica y los asistentes comienzan a abrigarse.

Abren las acrobacias del *Circus Show. Momentom Colectivo*, un grupo de jóvenes de diversas nacionalidades, de cuerpos esbeltos y atléticos, que andaban por todos los escenarios haciendo acrobacias con el fuego. Armaban rápidamente su trapecio desmontable en forma de triángulo y ofrecían espectáculos a un costado de los dj, después se iban a otro escenario y hacían lo mismo durante las noches. En las mañanas practicaban sus artes y les enseñaban

un poco a los chiquillos curiosos que se acercaban. Al otro lado, en el *templo de Quetzalcóatl*, comienza la música electrónica. Se da por inaugurada la gran fiesta nocturna.

Una chica vestida como cigarrera de bar hace su aparición en el escenario *Ixchel World Base*. Su atuendo inmediatamente llama la atención de muchos curiosos. Al frente trae colgando un pequeño cajoncito forrado de terciopelo rojo y adentro del cajón trae unos frascos de vidrio con una especie de licuado de color mostaza. Ella vende “dosis de ayahuasca”. Su compañero o socio, un joven delgado, rubio de aspecto hipster, con sombrero de gánster, hace la otra labor: de guiar a los consumidores durante su alucinación. Él los auxilia durante el vómito y les ayuda a que “no tengan un mal viaje”. Es media noche y los jóvenes se congregan en la *Astro Plaza* que es el lugar donde se concentra la venta de alimentos y bebidas, sobre todo de cervezas que vende el *Bar Cósmico* y el *Maya Market*.

Los precios de las cervezas estaban en 30Q. (4.06 dólares) por lata. Un diseño de ropa tribal confeccionados por Selva (aunque su nombre real es Silvia), una chica italiana involucrada en las organización del festival, costaba entre 400 y 500 Q (54 o 67.60 dólares). Aunque los precios de las bebidas y comidas eran un poco altos, la gente los consumía. No le quedaba de otra, ya que no les dejaban meter alimentos preparados y bebidas alcohólicas.

El *Maya Market* era una opción barata para comer y comprar textiles elaborados por las mujeres de Consorcio, administrado y atendido por mujeres. En esta cocina se elaboran pequeños platillos típicos caseros: tamales, atole, café y popusas a un precio más accesible. Los puestos que instaló la gente perteneciente a Consorcio no pagaron el permiso que los organizadores cobraban. El resto de los comerciantes “posthippies” pagaron el permiso de cuatro días, que tenía un costo de 300 dólares.

Veamos la opinión de una joven mujer tz'utujil: Jessica es una chica invitada con su familia al festival para vender los cortes (falda tradicional) que elaboran. Ella notaba bastante desorganización porque el primer día los organizadores los estuvieron moviendo de un lado a otro para designarles lugar, no sabían dónde ponerlos, porque según afirma, ya estaban destinados a otros vendedores foráneos. Al siguiente día la dejaron instalarse pero hasta las seis de la tarde y aún no había vendido nada.

*Los cortes aquí no se venden, hubiéramos escogido un puesto de comida, pero esos se los dieron a las integrantes de Consorcio. Hemos decidido que ya no vamos a asistir, es pura pérdida de tiempo y de dinero en el transporte. Estuve viendo la ceremonia de inicio y así no se hace aquí, eso es para el turista, de pura exhibición, acá es diferente, vamos al cerro, a las cuevas, para tener contacto con nuestros ancestros (Jessica, 19 años)*

Guillermo, estudiante de antropología de la Universidad de San Carlos, vino con sus amigos desde la ciudad de Guatemala a instalar un puesto de venta de alimentos. Venden hamburguesas de berenjena, croissant, quesadillas y otros platillos vegetarianos; Guillermo comentó que el permiso les costó 300 dólares y la estructura del puesto la tuvieron que llevar ellos, así como todas las extensiones eléctricas para instalar su energía eléctrica. Una hamburguesa de berenjena costaba 40Q (5.41 dólares). El último día que lo vimos nos comentó que la venta de alimentos había estado excelente en la última noche.

*Aquí es un refrigerador en las noches, pero te diviertes de tanta gente que ves hasta el copete. Ayer en la madrugada andaba un grupillo desnudo corriendo por todo el festival (se ríe) se ve que se la estaban pasando bomba...*

Era notoria la presencia de artesanos urbanos. A un costado de la entrada, se instalaron sobre el pasto, justo enfrente de los bebederos. Desde la mañana ofrecían las artesanías que elaboraban y “algo más”. Como este era un lugar estratégico para el paso de los asistentes,

se fueron congregando en ese lugar, sobretodo porque unos pequeños árboles les hacían sombra durante toda la mañana. Ellos no pagaron ningún tipo de cuota, simplemente llegaron y se instalaron sin pedir permiso.

Ámbar es una chica mexicana que vive en la delegación de Azcapotzalco, Ciudad de México. Ella diseña trajes de baño tejidos con punto de gancho y alguna que otra joyería de plata.

*Yo siempre tengo suerte en estos festivales. No pagué la entrada, llegue el primer día y me colé. Después le caí bien a una chica voluntaria y ella me regalaba sus tickets de comida. Los artesanos que estamos aquí, la mayoría nos conocemos, somos como una gran familia y no hay problema, entre todos nos cuidamos. Y los organizadores tranquilos con nosotros, tampoco nos cobraron por instalarnos para vender lo que elaboramos. También somos parte del atractivo del festival....*

Veamos el origen, los intereses y las opiniones de un par de personas que acostumbran asistir a los *festivales transformacionales*:

Juan Diego es un joven de 24 años, costarricense universitario de la carrera de antropología, hace cuatro años empezó a asistir y a involucrarse en la organización de *festivales transformacionales* o como él les llama: “integracionales”. El empezó a participar en el *Festival Envisión* hace cuatro años, celebrado en su tierra natal.

*En estos festivales, como el Envision te venden la ecología, el rollo de la arquitectura ecológica, biodegradable, música electrónica....*

*El lugar esta increíble, mágico, el volcán, las escenografías, la comida, pero un poco cara la cerveza, en Costa Rica, los precios de la cerveza son más baratos. Hoy tomé un par de tuc-tucs y los choferes me preguntaban, ¿cómo es ahí adentro?, ¿qué hacen? ¿Sigue la fiesta ahorita? Ellos ni entran por lo visto, solo brindan servicios de transporte, las señoras venden tamales, artesanías, limpian los baños, pero si te fijas, la mayoría de los establecimientos de comida y de artesanos no son de aquí, son tiendas de Facebook, de hippies, digamos....*

*Por ejemplo, donde yo estoy acampando, hay unas letrinas que limpian unas señoras de aquí; esos baños están hechos unas mierdas, ¿cómo las ponen a hacer ese tipo de trabajos? La gente se vomita, se caga afuera, algunos traen diarrea, eso nadie lo quiere hacer, creo, por eso se lo dan a esas señoras y ellas por obtener unos quetzales extras se prestan para hacerlo....*

Mauricio, de 42 años es de origen chileno y radica, desde pequeño, en Canadá. Le gustan los festivales como estos, él es de oficio tornero y anda viajando por México y Guatemala, ya que en su trabajo le dieron vacaciones por tres meses. En este año ha asistido a diez festivales en Canadá, Australia, México y Guatemala. Le gusta más México porque le rinde mejor su dinero. Se queja del precio de las cervezas:

*Eso es lo bueno de estos festivales, la gente viene a fumar su hierba y quedarse tranquilo, nunca hay peleas, no pasa nada malo, la gente se sienta a charlar y es más amor y paz....*

La visión de estos dos asiduos consumidores de *festivales transformacionales* es bien diferente y es permeada por el lugar de donde provienen y por el tipo de preparación que cada uno ha tenido. La manera de mostrar la cultura de los pueblos indígenas a los visitantes y las relaciones interculturales “horizontales” que tratan de tejer, entre la gente local que trabaja en el *Cosmic Convergence* y los organizadores, aún está en construcción, falta refinamiento y requiere retroalimentarse de la experiencia de otros festivales. Para algunos asistentes les resulta normal la condición de subordinación a la que está sujeta la población indígena, como el caso de Mauricio, lo que se ve reflejado en el tipo de trabajos que les ofrecen. La normalización de dichas prácticas posiblemente tenga su respuesta en la interiorización que se hacen acerca de ellas, sobre todo por el tipo de prácticas colonizadoras de sus países de primer mundo, acostumbrados a este tipo de situaciones: relaciones comerciales asimétricas con las minorías desde hace tiempo, para otros, como el caso de

Juan Diego, posiblemente estas prácticas exóticas les resultan abrumadoras por su condición de ser de nacionalidad latinoamericana y sobre todo por el tipo de preparación que tiene.

Pero es un hecho que los *festivales transformacionales* son generadores de nuevas éticas y espiritualidades, por un lado y por otro, nos hacen romper con el mito de que están enfocadas sólo a un sector exclusivo de la población. En el festival se observó que no sólo los asistentes provienen de los países de primer mundo. Había muchos asistentes de Centroamérica, e inclusive, los costos de las entradas eran diferentes, según el lugar de procedencia. Los gustos y los estilos de vida se han democratizado. Pero, ¿Qué tipos de ciudadanos se están generando con la democratización de los gustos? Y, ¿por qué no se le da acceso gratuito a la población local que quiera asistir?

Por otro lado, resulta difícil tomar una postura precisa acerca del impacto que provoca en las sociedades locales la realización de *festivales transformacionales*. Es conveniente evaluar si son más los beneficios que generan o problemas. Sobre todo en el tema del uso de los acervos culturales de las sociedades indígenas para entretener a los asistentes. Sería pertinente detenerse para escuchar la opinión de la gente local. Para algunos es una oportunidad laboral de un mes, que ni sus gobiernos, ni sus autoridades locales les generan. No importando lo que se tenga que hacer, es una oferta de trabajo que llega hasta su pueblo. Y aparte genera derrama económica en otros sectores de la población (transportistas, restauranteros, hoteleros, vendedores de artesanías). Algunos sectores se oponen a estos eventos con el argumento de que sólo se contrata a unos cuantos y siempre son los mismos quienes reciben estas ganancias, o sea gente que pertenece a la asociación *Consortio*.



#### *4.7. El Consorcio. Perspectiva de su representante legal*

La Asociación anfitriona del Festival *Cosmic Convergence* se llama *Consorcio*. Sus oficinas se encuentran ubicadas en la Aldea Chuc Muc -que fue construida con apoyo internacional para las familias damnificadas a causa del huracán Stan (ocurrido el 4 de octubre de 2005) en las afueras de Santiago Atitlán. La organización tiene su origen durante la guerra en Guatemala, años después, tras el paso del huracán, se unieron otras organizaciones logrando agrupar a otras quince en un solo consorcio. De ahí viene su nombre. En el año 2010 estas organizaciones tuvieron diferencias internas, provocadas por las autoridades municipales. Cuatro de ellas se salieron y ahora solo quedan once. El principal objetivo de la asociación es crear con las mujeres un equipo técnico para fines laborales y políticos, encaminados a enfrentar su situación de subordinación de género.

Fui a buscarlos a sus oficinas días después de concluir el festival. Me recibió Elena Chiquival, abogada y presidenta de Consorcio. Se mostró muy clara en sus ideas y en los objetivos que se han planteado, charlamos durante toda una tarde acerca del festival y otras cuestiones sobre el turismo en Santiago.

Según el testimonio de Elena, el Consorcio se formó legalmente en el año 2010, primero empezaron a trabajar con las mujeres reivindicando los derechos en el marco del conflicto armado; las coyunturas políticas les dieron las pautas para seguir trabajando, por ejemplo: la masacre de Santiago, ocurrida en diciembre del 1991, las cosas se fueron poniendo álgidas, el conflicto en Guatemala surgió por problemas de racismo, discriminación, todo lo que son los usos indebidos del poder, la mala distribución de la riqueza. Santiago Atitlán fue uno de los lugares más afectados del conflicto armado, sus pobladores dieron el ejemplo para que saliera el ejército de las comunidades.

*Aquí el turismo no llega, no invierte, no es como San Pedro la Laguna (Elena, 43 años)*

Elena afirma que el festival los ha ayudado a conocer a más culturas, por ejemplo: las mujeres que no han salido fuera de Santiago, conocen la dinámica de los festivales actuales, ya que ellas consideran que tienen los mismos privilegios y las mismas oportunidades; muchas de las mujeres, tanto de *Consortio* como de Santiago, viven al día y nunca tienen opción de salir a pasear ya que su gobierno no les brindan lo básico. Para ellas es una oportunidad también de ver lo que sucede en el mundo occidental.

Según la representante legal, *Consortio* está integrado por 1800 mujeres, y por lo tanto son 1800 familias, son madres de familia, o madres solteras; la organización tiene un aspecto muy relevante que es el derecho de las mujeres, que vienen de víctima de violencia y les dan acompañamiento. Cosmic estaba buscando una organización social que les podría dar soporte y respaldo político en el municipio, entonces en el 2014 Cosmic estaba buscando quien podría ser su aliado estratégico. Elena me comenta que los integrantes del Cosmic no son de Santiago, unos son de la ciudad de Guatemala y otros son extranjeros.

*Cuando ellos se presentaron con nosotros, vimos de que ellos también comparten mucho con nuestra cultura, que sí coincidimos, entonces, como decíamos al inicio, no todo turista es bienvenido al lago, porque hay algunos que sólo vienen a ver meramente una visita discriminatoria, sólo vienen a burlarse, pero ellos no, nosotros vimos que tienen un contexto más familiarizado con nuestra cultura. Entonces, nosotros empezamos a conocer a algunos organizadores.*

Su participación en el Cosmic abarca diferentes cuestiones: son los que dan referencia al Festival, realizan el contacto con las autoridades municipales, todo lo relacionado a permisos,

también negocian con el cabecera o la autoridad tradicional y le da oportunidad laboral a las mujeres y sus familias.

*Ellos nos generan trabajo, y no solo de cuatro días, es de casi un mes, nos dejan trabajar en el Cosmic, por ejemplo en la construcción de los escenarios, venta de textiles, elaboración y venta de alimentos e impartición de talleres, porque nosotros creemos que es una relación recíproca, y no solamente a las mujeres, también a sus familias. El festival necesita de mano de obra, los hombres también se benefician.*

*Aquí no hay industrias, no hay otro tipo de empresas, como por ejemplo maquilas y todo eso, aquí solo nosotras estamos sobreviviendo del turismo de la producción del textil, entonces para nosotros una oportunidad así, la tomamos...*

*Si tuviéramos tres, cuatro festivales en un año, creo que levantaríamos mucho la economía, pero para mí, el festival tiene muchos aspectos positivos, puede ser negativo el consumir droga, pero recordemos que lo que hace mal no solo es la droga, también el alcohol, entonces tenemos que ir democratizando nuestro pensamiento....*

*Con respecto a mostrarle nuestras tradiciones a la gente, o sea la ceremonia maya, yo pienso que cuando no nos queremos mostrar al otro mundo, ¿cómo vamos a conocer al otro mundo?; ¿cómo queremos que la otra cultura nos va a entender si no queremos, que nos vean pues? Yo veo que esa es una práctica de la interculturalidad, para mí es positivo el actuar del Cabecera.*

Como podemos darnos cuenta las principales beneficiadas por el turismo que se practica en estos festivales son las mujeres de *Consortio*, principalmente en su “empoderamiento, autonomía financiera y establecer contacto con el mundo exterior” (Cánoves y Villarino, 2000); también observamos que los objetivos del grupo se cumplen al asociarse con el Festival *Cosmic Convergence* al crear empleos: las mujeres se abren camino en el ambiente familiar y en el público, independencia económica de sus parejas y la posibilidad de dirigir grupos de trabajo. Pero también existe la crítica, que viene desde las teorías de género, argumentando que este tipo de empleos reproduce las relaciones de dominación patriarcales, al otorgarles trabajos similares a los que realizan en sus casas, como por ejemplo: cocinar, lavar letrinas o reproducir actividades “propias de su género”.

La postura de la abogada y representante de la organización local *Consortio* apoya plenamente este tipo de festivales, sin embargo, la participación de la organización en el festival *Cosmic Convergence* siempre ha sido vituperada por algunos miembros de las iglesias evangélicas y por el grupo de Acción Católica, que pareciera, tratan de seguir reproduciendo antiguas rencillas de carácter político-religioso y, sobre todo, económico (Mendelson, 1965 y Murga, 2006).

#### 4.8. *Impact Day*

*Y el festival también ha traído cierto beneficio social al pueblo porque como te comentaba, el Cosmic tiene el “Día de Impacto” (Impact Day)*

Cerraremos este capítulo mencionando brevemente el trabajo de labor social que realizan los integrantes del *Cosmic Convergence* después de que el festival concluye. La intención de los organizadores es dejar una especie de huella en lo social y artístico en la aldea en donde viven las mujeres que participaron en el festival por parte de *Consortio*. La abogada de *Consortio* comentaba que este día se enfocan a que los dos grupos tengan un encuentro más intercultural. Los pocos voluntarios que quedaron planearon actividades artísticas y se las presentan a las familias que viven en la Aldea de Chuc-Muc. El año pasado *Consortio* realizó un mural en la escuela de la aldea. Este año fabricaron bancas de descanso para los chicos de la misma escuela.

Esta actividad es como una especie de pago simbólico a los pobladores tz’utujiles que participaron en el festival. Angy, la chica que participó realizando las señalizaciones en el festival, relata lo siguiente acerca del *impact day*:

*En realidad sólo se trabaja con esta asociación que se llama Consortio, aunque sea poquito lo que hagan, si llega a una o dos personas por lo menos, están intentando acercarse a las poblaciones indígenas.*

#### 4.9. Consideraciones finales

Estas nuevas formas que orientan la “enajenación de lo inmaterial” (Comaroff y Comaroff, 2011:221), o sea, la mercantilización de las prácticas espirituales, sólo que reinterpretadas, tiene su *modus operandi*. En primer lugar son fiestas-rituales nómadas, así es la naturaleza de los *festivales transformacionales*, al igual que la gente que los consume. Se instala por unos cuantos días en algún lugar apartado, donde haya población indígena, la involucran en la realización del evento (en la construcción y servicios) y en la reinterpretación de sus espiritualidades, hay cierta derrama económica, le sigue su labor social “simbólica” y todo regresa a su normalidad. Sin duda, que en este negocio, que dura aproximadamente un mes, los diferentes grupos de poder que existen al interior de cada comunidad entran en conflicto, que no pasa de deslegitimaciones, rivalidades y comentarios negativos para desprestigiar el trabajo de quien lo organiza y de los beneficiados.

Los tz’utujiles que participan como mano de obra en este tipo de festivales, no encuentran problema en que las fiestas trance se realicen en sus territorios. Si atendemos al comentario de la representante de *Consortio*, es posible, como lo señala, que de realizarse tres o cuatro festivales de este tipo al año, la economía de Santiago Atitlán mejoraría.

Muchos son los actores que promueven estos eventos (empresarios del entretenimiento, activistas, antropólogos, asociaciones indígenas, hippies, yoguis, promotores de estilos de vida expresivos) y por lo visto son iniciativas que no se pueden parar, pero aún está pendiente el desenlace de esta historia, observar si en verdad contribuyen a la supuesta prosperidad y encuentro intercultural, o es puro discurso de *marketing* para hacer atractiva una nueva forma de consumo.

Es innegable que la asociación local que participa se encuentra conforme. ¿Qué empresa o gobierno les ofrece, en un ambiente plagado de necesidades y de falta de oportunidades laborales como lo es Santiago Atitlán, trabajo durante un mes, a cambio de soportar cuatro días la invasión controlada de jóvenes que se encierran en una finca para divertirse y reflexionar sobre su actuar?.

## **CONCLUSIONES**

Los datos presentados en esta investigación, centrada en el municipio de Santiago Atitlán, departamento de Sololá, en el Altiplano Guatemalteco, tuvieron por objetivo analizar el proceso de turistificación, los “nuevos” usos de la identidad étnica dentro del contexto del turismo, los diversos escenarios en que se reproducen y qué instancias gubernamentales y actores sociales participan. Se buscó analizar si estos usos se han transformado, pasando de clásicas *etnomercancías* (textiles, pinturas, tallado en madera), antes souvenirs, a ser el atractivo principal del turismo. Se intentó mostrar que su mercantilización, iniciada desde la década de 1950 en varios municipios de alrededor del Lago de Atitlán, se ha diversificado en una nueva generación de *etnomercancías*, para ello tomé como base la propuesta teórica de la *economía de la identidad* de los Comaroff (2011).

Mi interés se centró en detectar las posibles consecuencias sociales que acarrea la mercantilización de la nueva generación de *etnomercancías*, anteriormente no insertas formalmente en el circuito turístico globalizado, en específico me refiero a las actividades económicas de subsistencia cotidiana, realizadas en las aldeas; a la recreación de espiritualidades *ancestrales*, ahora usada en espacios new age y eventos masivos como los *festivales transformacionales*; a la puesta en valor de sentimientos étnicos colectivos como el *honor étnico* o el *status étnico*, y a los lugares de memoria histórica; todo esto para analizar si en el turismo étnico es una actividad que permite recuperar y potencializar los modos de vida vernáculos y detectar qué aspectos se resignifican con la comercialización de sus *acervos culturales*.

Partí de la hipótesis de que las dinámicas impuestas por el turismo y otros fenómenos contemporáneos similares en el contexto del neoliberalismo y de posguerra en Guatemala, han producido que la identidad étnica constantemente se instrumentalice, es decir que se desplace del terreno de la política para adentrarse al terreno de lo cultural-económico y de ahí -como bien lo indican los Comaroff (2011)- acercarse al mercado – ahora global- con mercancías y productos turísticos que antaño se encontraban en la periferia o no figuraban en él; generando complejos procesos de turistificación orientados a legitimar prácticas despolitizadas que reivindican la identidad étnica desde un discurso cultural y folclórico.

Estos procesos de turistificación han llevado a algunos de los pobladores de Santiago Atitlán a hacer uso de su identidad individual y colectiva, mercantilizar su vida cotidiana y sus prácticas rituales ancestrales para asegurar su continuidad.

Si bien, es importante mencionar que dichas estrategias económicas no son nuevas en Guatemala, como nos indica el estudio de Walter Little (2004), en el caso que abordo se observa la producción de nuevas mercancías y la participación de nuevos actores sociales; entre ellos las ONG, que promueven valores empresariales entre sus participantes y en el sector al que dirigen sus apoyos. El modelo turístico solidario, que han impulsado algunas ONG se ha replicado en diversos municipios del lago de Atitlán, y tiende a incrementarse y a extenderse en empresas familiares.

Considero que esta tesis es novedosa en el sentido de que aborda escenarios antes no analizados en Santiago Atitlán como parte de un circuito turístico, así como a los consumidores de estas nuevas *etnomercancías*: turistas y migrantes por estilo de vida que están en la búsqueda de nutrir sus *acervos culturales* expresivos y formas de vida “alternativas” globalizadas.



En el primer capítulo abordé las herramientas teóricas.

Introduje el concepto de *identidad étnica* para abrir la discusión sobre la forma en que el *honor étnico* (Weber) permite a algunos pobladores de Santiago Atitlán posicionarse ante el turista. De manera particular abordé el uso del sentimiento étnico de *ancestralidad* como una estrategia narrativa que utilizan los guías de turistas de Santiago Atitlán durante los tours que ofrecen a los visitantes. Describí que en sus recorridos ofrecen versiones sobre su particularidad histórica, creando discursos etiquetados, es decir, permitidos. Estas categorías me fueron útiles para explicar las relaciones sociales cosificadas entre huésped-anfitrión.

A partir de seleccionar los escenarios turísticos, abordé el concepto de *economía de la identidad* para explicar de qué manera el uso de la *identidad étnica* se ha diversificado, misma que ha pasado de ser una estrategia política (en el segundo caso) a una instrumentalización económica (en el primero), en el contexto del turismo. En mi opinión la *identidad étnica* ha tendido a desplazarse del terreno de la política para adentrarse al terreno de lo cultural-económico, y de ahí acercarse al mercado, ahora global. Posteriormente retomé dos categorías analíticas propuestas por los Comaroff (2011); *etnoempresa* y *etnomercancía*, la primera para dar cuenta de las estrategias empresariales que hacen uso de la vida cotidiana en las aldeas como atractivo turístico. En el caso de las *etnomercancías* para analizar las producciones materiales que antaño se encontraban en la periferia o no figuraban en él, pero ahora han tomado relevancia y hasta ocupan espacios de privilegio en los recorridos turísticos.

En algunos casos actuales pareciera que la *identidad étnica* se ve más como un objeto cultural para su consumo y no como una ideología política para cambiar las relaciones de poder. En síntesis, puedo señalar, tras este estudio, que el *status étnico* (Barth, 1976), el

*orgullo étnico* (Weber, 1983) y el caso particular de la *ancestralidad* (Pérez, 2016), son sentimientos étnicos colectivos que se usan en el contexto del turismo como atracciones, y, por otro lado como estrategias, tanto en momentos críticos individuales y colectivos, como para posicionarse ante el otro e insertarse al mercado global. No obstante, estos sentimientos colectivos no pierden el significado que remite al origen, a los lugares de memoria y a momentos míticos de la cultura. En definitiva sostengo que la *identidad étnica* adquiere diversas estrategias, usos y significados, y cobra sentido como elemento de reivindicación política, espiritual, para defensa del territorio y como estrategia económica; como bien indica Petrich (1999): son *identidades múltiples*. Esta identidad múltiple se observa de manera más asequible en las generaciones recientes por el impacto que ha tenido la educación, los medios masivos de comunicación, el papel primordial que ha tenido el turismo y la imposición del sistema político y económico global que la construyen, reinterpretan y reconfiguran.

En el segundo capítulo expliqué el contexto político contemporáneo de Guatemala, con el fin de que se entendiera el impacto que tuvieron las iniciativas del estado guatemalteco en la creación de escenarios políticos que permitieran el desarrollo del turismo internacional desde la década de 1930. Visualicé las estrategias gubernamentales e internacionales que han aprovechado ciertas coyunturas históricas-políticas en Guatemala para promover y hacer uso de la diversidad étnica y cultural, esto al margen de las organizaciones indígenas que luchan por reivindicaciones políticas, con la intención de generar un clima favorable que permitiera la gestión de la cultura a través del modelo turístico. Proseguí con la descripción etnográfica con el objetivo de acercar al lector a la dinámica turística contemporánea alrededor del Lago de Atitlán ; en la primera parte del apartado presenté una descripción etnográfica del contexto turístico de Panajachel, centro rector y estratégico de las operadoras turísticas que realizan *tours* a los pueblos de alrededor del lago de Atitlán. Destaqué que este municipio, desde hace

un siglo se ha especializado en promover el turismo étnico y la *economía de la identidad* en los alrededores del lago. Aproveché el apartado para realizar un breve análisis sobre el controvertido museo lacustre de Panajachel, ejemplo de despojo del patrimonio arqueológico de la aldea de Cerro de Oro, perteneciente al municipio de Santiago Atitlán, por parte de un empresario. Considero que auge del turismo en Panajachel influyó para que otros municipios comenzaran a incursionar en la actividad turística, en el desarrollo inmobiliario y en la migración por estilo de vida, atraída por el paisaje único, la diversidad étnica y, sobre todo, para aprender de la espiritualidad maya.

Conviene hacer puntual mención de la influencia que tuvo el trabajo de algunos antropólogos, como Sol Tax, su esposa Gertrude y Lila M. O'Neale, que en la década de 1940 alentaban a los artesanos textiles a expandir su mercado al turismo norteamericano y europeo que comenzaba a visitar las comunidades de alrededor del Lago. Sin proponérselo, la autora de *Los Tejidos de los Altiplanos de Guatemala* (1944), promovió las actividades artesanales alrededor de los textiles y con ello transformó una práctica cotidiana en un atractivo turístico. Se concluyó que la región del Lago de Atitlán ha pasado por diversas etapas de desarrollo turístico en las que sólo Panajachel y San Pedro La Laguna han despuntado en comparación al resto.

En la segunda parte del apartado, para contrastar el caso de Santiago Atitlán, describí tres municipios: San Pedro, San Marcos y San Juan La Laguna, territorios que diversificaron su economía para prestar servicios turísticos, haciendo uso de sus acervos culturales y naturales con la finalidad de atender una demanda cada vez más difícil de complacer. La diversidad de ofertas turísticas van desde el ideal del “turismo étnico comunitario”, como en el caso de San Juan la Laguna, pasando por el “turismo de drogas” y cosmopolita de San

Pedro La Laguna, hasta el “turismo esotérico”, *new age*, que se observa en San Marcos La Laguna.

Finalicé el capítulo con una breve historia de la consolidación del Instituto Nacional Guatemalteco de Turismo (INGUAT). Abordé el caso de la marca *Guatemala. Corazón del Mundo Maya*, difundido para promover el turismo y “crear marcas a partir del legado cultural” (Comaroff, 2011:184). Concluyo con la descripción de los proyectos que actualmente se desarrollan en Santiago Atitlán sin mucho éxito, en particular el caso del proyecto Comité de Autogestión Turística (CAT), que reúnen a pequeños empresarios ladinos o de la elite guatemalteca, y que subordina y excluye a otros actores claves, principalmente a indígenas mayas que se han dedicado al turismo durante décadas.

En el tercer capítulo abordé el caso concreto de Santiago Atitlán, que trabajé mediante la selección de cuatro escenarios turísticos, analizados a través de la propuesta teórica de la *economía de la identidad* y otras categorías analíticas: *etnomercancía* y *etnoempresa* de los Comaroff (2011). Comencé por realizar una breve descripción etnográfica de la dinámica del municipio: su población, religiones, actividades económicas, el contacto cotidiano que tienen los comerciantes con la capital y la relación diaria con el turismo. Santiago Atitlán, al igual que los otros municipios abordados en el segundo capítulo, cuenta con un barrio de “gringos”, del que doy cuenta.

En la etnografía detecté la importancia del papel de las mujeres y su relación con el turismo, ya que son las que se quedan en casa y producen mercancías para el turista. Dada su permanencia en el hogar, los hombres, niegan los ingresos que generan con la venta de artesanías que éstas producen en sus casas. En el comercio de artesanías se observó diversas modalidades. Se detectó una en la que prevalece la maquila de textiles y de artesanías de

mostacilla, fabricadas por encargo de revendedores o comerciantes de *etnomercancías*, asentados en el casco urbano Santiago o en Panajachel. La otra modalidad es un tour que organizan los guías locales, quienes dirigen a pequeños grupos de turistas a los talleres familiares con quienes tienen convenios. El guía conduce al turista a que observe cómo se elabora un textil y el artesano tiene la oportunidad de vender alguna pieza, muchas veces no hay comisión por la representación de la elaboración del tejido. La última modalidad es llevada a cabo por ONG que hacen trabajo comunitario en el municipio. En esta modalidad, los turistas conviven un par de días con una familia y ésta, al final de la visita, les vende alguna *etnomercancía* a la que se imprime un valor agregado relacionado con el recuerdo de “haber estado ahí”.

En el primer escenario, dedicado a los guías de turismo local, detecté dos tipos de guías: los autorizados por el INGUAT (Instituto Guatemalteco de Turismo) y los comisionistas, los segundos formados empíricamente. Entre ambos grupos han surgido pequeñas rencillas que se debaten por el espacio del muelle y por la clientela. Por otro lado, la recién creada oficina de turismo en la alcaldía ha tratado de implementar programas de reordenamiento territorial y paisajístico en el muelle, en coordinación con el INGUAT y el CAT (Comité de Autogestión Turística) sin mucho éxito. La limitante deriva de que operan sin recursos financieros, por lo que no logran impulsar campañas promocionales que motiven al turista a pernoctar una par de noches en el municipio, en vez de estar sólo un par de horas. Para concluir este escenario, se detectó que en los guías locales sus adscripciones religiosas permean sus discursos turísticos.

En el segundo escenario, dedicado a la turistificación del culto al *Rilaj Mamo* Maximón, se observó que los ingresos del turismo internacional han servido como catalizador

para perpetuar la continuidad cultural, tal como lo sostiene la pertinencia teórica de la *economía de la identidad* de los Comaroff. Sostuve que los estudios del culto a Maximón, que han realizado diversos antropólogos han contribuido para generar interés por parte del turismo. Por otro lado, la reproducción del costumbre ha sido atacado en diferentes momentos históricos por adeptos de iglesias evangélicas y por el catolicismo institucional, representado por el movimiento de Acción Católica, lo que ha provocado descalificaciones que han reducido la participación de familias tz'utujiles en las cofradías, por tal motivo, los miembros de las cofradías han tenido que recurrir al uso del turismo para obtener ingresos económicos y lograr cubrir los gastos suntuarios que requiere la ritualidad.

Asimismo, señalé que las visitas que a diario recibe Maximón se distinguen en dos tipos: los peregrinos y los turistas, observándose un trato diferenciado por los cofrades hacia ellos. Dado que los peregrinos y devotos se acercan por fe, hay un trato cordial por parte de los cofrades, principalmente porque comparten los mismos rasgos culturales y creencias religiosas. Mientras que hacia los turistas, que se acercan sin devoción alguna y por mera curiosidad, el trato de los cofrades es neutral; a estos es a los que se cobra la entrada y la toma de fotografías. Pero cabe destacar que este grupo es el que colabora con mayores ingresos, a través de los cobros, para que la costumbre se reproduzca. Sin embargo, algunos habitantes del municipio descalifican esta situación porque, argumentan, ha servido para que los alcaldes y *teleeneles* de las cofradías en turno obtengan ganancias considerables. La menguada colaboración monetaria por parte de la población local en las festividades, por otra parte, ha reducido debido al precipitado cambio religioso de las nuevas generaciones.

Dentro de las cofradías se detectó la participación de extranjeros que viven en el municipio, sobre todo mujeres, estos se han integrado por diferentes motivos: el principal es

construir lazos afectivos con la población local; otros aprovechan el conocimiento adquirido para mercantilizar con la espiritualidad maya tz'utujil y ofrecerla en circuitos new age a otros extranjeros. Sin embargo, los organizadores locales dicen aceptarlas porque su colaboración económica es sustanciosa. Para concluir este escenario, señalé que la turistificación de un culto, como el del Rilaj Mam, acarrea varias consecuencias, entre ellas que los cargos tradicionales se monetaricen y el sentido de sacralidad se vaya desgastando con la cotidiana presencia del turista.

En el tercer escenario, dedicado a la pequeña empresa de turismo solidario *Mayan Life Travel*, se comprobó la pertinencia teórica del concepto de *etnoempresa* de los Comaroff. Se encontró que ésta se conformó con la asesoría de una ONG que ha “empoderado” a los participantes y consigue clientes a quienes mostrar el modo de vida en las aldeas. Se trata de introducir al turista en las prácticas cotidianas de los aldeanos a través de tours. Concluyo este escenario con una breve crítica al modelo de “empoderamiento” que promueven las fundaciones, ya que permite a éstas acceder a presupuestos y partidas por parte del PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo) sin que lleven a cabalidad los preceptos de empoderamiento.

El cuarto escenario, está dedicado a “Doña Chonita”, un caso típico de la *economía de la identidad*, en el que se observó el uso cualitativo de la identidad, por parte de la mujer que sirvió de modelo en una moneda de circulación corriente. El uso de la identidad en este caso es un rasgo distintivo personal y cultural que le otorga a la modelo distinción, una, que por cierto, no le ha otorgado el estado guatemalteco. Ya que su nombre no aparece grabado en la moneda. De manera personal y voluntaria Doña Concepción se ha integrado al circuito turístico para obtener alguna entrada económica que le permita vivir dignamente.

En el cuarto y último capítulo, abordo el caso del *Festival Transformacional Cosmic Convergence*, celebrado cada fin de año en los terrenos de una finca abandonada en Santiago Atitlán. Aquí describí y analicé el uso mercantil que le dan ciertos empresarios del espectáculo a la espiritualidad maya tz'utijil. En este capítulo se comprobó la utilidad del concepto de *economía de identidad*. Este tipo de festivales se han fusionado con espiritualidades ancestrales para atraer a cierto tipo de turistas y consumidores, se realiza una serie de eventos que resignifican y dotan de valor agregado a las espiritualidades y prácticas consideradas “ancestrales. Para un mejor análisis del capítulo se recurrió a algunos conceptos provenientes de los estudios de nuevos movimientos religiosos que se enmarcan dentro del movimiento del new age.

Hasta aquí lo abordado en esta tesis. Sin duda quedan algunos escollos que podrían irse trabajando de manera particular en cada uno de los temas, no obstante, considero que la etnografía aquí mostrada ofrece una panorámica del modo en que se desarrolla el turismo étnico y el procesos de turistificación en estos días, en donde la identidad étnica se recrea y toma nuevos usos para la misma sobrevivencia de los pueblos indígenas, pero también, en ocasiones, para la reproducción de sus rituales y su cultura. Ante esta situación, ¿quién el juez que les pueda negar el uso de su etnicidad a los tz'utujiles para fines turísticos?; como lo pudimos notar, desde hace décadas, sectores empresariales extranjeros, de la oligarquía guatemalteca y ladinos, han usado la identidad indígena, sus territorios, costumbres, espiritualidad, para producir atractivos turísticos. Considero y defiendo que las comunidades indígenas deben ser las únicas que tienen el derecho de instrumentalizar su identidad étnica y hacer uso de sus territorios para fines turísticos, dado el completo abandono y aislamiento



por parte del estado guatemalteco y una ausencia de políticas de desarrollo acordes a sus modos de vida tradicionales.

## **BIBLIOGRAFIA**

- Alejos, García, J., 2006 Dialogando alteridades: Identidades y poder en Guatemala, UNAM, México.
- Appadurai, Arjun, 1991, La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las cosas, México: Conaculta, Grijalbo
- Azcona, J., 1984, *Etnia y nacionalismo vasco. Una aproximación desde la antropología*, Barcelona, Anthropos.
- Bacqué, Marie y Biewener, Carole, 2013, El empoderamiento, una práctica emancipadora, editorial GEDISA, Argentina.
- Barth, Fredrik, 1976, Los grupos étnicos y sus fronteras, Fondo de Cultura Económica, México.
- Bartolomé, Miguel, A., 2006, Gente de Costumbre y gente de Razón. Las identidades étnicas en México, Siglo XXI, México.
- Basset, Vincent, 2012, Del turismo al neochamanismo: ejemplo de la reserva natural sagrada de Wirikuta en México, Revista *Cuicuilco*, Núm. 55 septiembre-diciembre 2012.
- Bastos, S., y Cumes, A., 2007, Mayanización y vida cotidiana. La ideología multicultural en la sociedad guatemalteca, Vol. I, II, III y IV, FLACSO-CIRMA-CHOLSAMAJ, Guatemala.
- Bastos, Santiago (compilador), 2008, Multiculturalismo y futuro en Guatemala, FLACSO/OXFAM, Guatemala.
- Bastos S., Tally, E. y Zamora M., 2013, La reinterpretación del oxlajuj b'aqtun en Guatemala: entre el new age y la reconstitución maya, en *Variaciones y apropiaciones latinoamericanas del new age*, Renée de la Torre et al, Ciesas/El Colegio de Jalisco, México.
- Bazurco, O., Martin, 2006, "Yo soy más indio que tú". Resignificando la etnicidad. Exploración teórica e introducción al proceso de reconstrucción étnica en las comunas de la Península de Santa Elena, Ecuador, Abya Yala, Ecuador.
- Benson, M. y O'Reilly, K. 2009, "Migration and the search for a better way of life: a critical exploration of lifestyle migration". *The Sociological Review*, Vol. 57, num. 4, pp. 608- 625.
- \_\_\_\_\_, 2009, *Lifestyle Migration: Expectations, Aspirations and experiences*. Ashgate. London.

- Canoves G.; Villarino M. 2000 “Turismo y espacio rural en España: actrices e imaginario colectivo” *Documents d’Anàlisi geogràfica* 37: 51-77. Revista PASOS
- Cardoso de Oliveira, Roberto, 1992, Etnicidad y Estructura Social. CIESAS, Ed. de la Casa Chata, México.
- Camus, Manuela, 2006, Las ideas detrás de la etnicidad. Una selección de textos para el debate, Colección. *¿Por qué estamos como estamos?*, CIRMA y Embajada de Japón.
- Casaús, Marta, 2012, “Museo Nacional y museos privados en Guatemala: patrimonio y patrimonialización. Un siglo de intentos y frustraciones”. En *Revista de indias*, vol. LXXII, núm. 254, pp.93-130, Madrid, España.
- Comaroff, John y Jean, 2011, Etnicidad, S.A., Katz Editores
- García, Canclini, Néstor, 1988, Las culturas populares en el capitalismo, Nueva Imagen, México.
- D’Andrea, Anthony, 2007, Global Nomads. Techno and New Age as transnational counter cultures in Ibiza and Goa, Editorial Routledge, New York.
- De la Torre, Renée; Argyriadis, Kali, et al 2008, Raíces e movimiento. Prácticas religiosas en contextos trasnlocales, El Colegio de Jalisco/ITESO/CIESAS, México.
- Escalona, José Luis, 2016, “Etnomercancía y sobrefetichización. Ensayo de mirada estereográfica”. En *Relaciones Estudios de Historia y Sociedad*, núm. 148, vol. XXXVII, El Colegio de Michoacán.
- Escudero, Rafael (coord.), 2011, Diccionario de memoria histórica. Conceptos contra el olvido, ed. CATARATA, España.
- Ferrándiz, Francisco, 2011, Etnografías Contemporáneas. Anclajes, métodos y claves para el futuro, Editorial Siglo XXI -ANTHROPOS- UAM, México.
- Frigolé, Jean, 2014, *Retóricas dela autenticidad en el capitalismo avanzado*, ENDOXA: Series Filosóficas, no.33, pp. 37-60, UNED, Madrid.
- García Canclini, Néstor, 1989, Las culturas populares en el capitalismo, editorial Nueva Imagen, México.
- Gascón, Jordi, 2013, El turismo solidario en el Estado español: De instrumento político a producto comercializable, en: *Cooperación y turismo. Nuevos desafíos, nuevos debates*, ed. Jordi Gascón, Soledad Morales Pérez y Jordi Tresserras, Foro de Turismo responsable, Revista, PRAXIS, núm. 2, 2013, Barcelona.
- Giménez, Gilberto, 2005, Teoría y análisis de la cultura, Vol. 1, Conaculta, México.
- Genet, Mauricio, 2012, De las antropologías mundo a la ecología política del turismo, en *Turismo y antropología: miradas del Sur y el Norte*, Machuca y Castellanos (coordinadores), UAM-Iztapalapa., Juan Pablos Editor, México.

- Gloster, Michelle, 2012, "La comercialización del turismo étnico en Guatemala y Marruecos *Scripps Senior Theses*. Paper 74. [http://scholarship.claremont.edu/scripps\\_theses/74](http://scholarship.claremont.edu/scripps_theses/74)
- Hale, Charles, 2007, "Más que un indio". Ambivalencia racial y multiculturalismo neoliberal en Guatemala, AVANCSO, Guatemala.
- Harvey, David, 2011, El arte de la renta: la globalización y la mercantilización de la cultura, en: *Espacios del capital. Hacia una geografía crítica*, Editorial Akal, Madrid, España.
- Hernández R. Javier, 2015, Turismo de base local en la globalización, Revista Andaluza de Antropología, número 8, marzo, Universidad de Sevilla, España
- Heller, Ágnes, 1994, Sociología de la vida cotidiana, ediciones península, Barcelona, España.
- Hinshaw, Robert E., 1991, Tourist town amid the violence: Panajachel En *Harvest of violence. The Maya Indians and the Guatemalan crisis*. Robert M. Carmack (Editor). Austin: Texas University Press.
- Hirai, Shinji, 2013, Retorno a Aztlán de vacaciones: hacia una nueva conceptualización de la movilidad de regreso de migrantes mexicanos, en : Enfoques antropológicos sobre el turismo contemporáneo, Cristina Oehmichen (editora), Universidad Autónoma de México.
- Huxley, Aldous, 1986, Más allá del Golfo de México, ed. EDHASA, España.
- Janoschka, M., 2011, Imaginarios del turismo residencial en Costa Rica. Negociaciones de pertenencia y apropiación simbólica de espacios y lugares: una relación conflictiva. Departamento de ciencia política y relaciones internacionales. Universidad Autónoma de Madrid.
- Kopytoff, Igor, 1986, "La biografía cultural de las cosas: la mercantilización como proceso". En *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*, ed. Arjun Appadurai, 89-122. México: Conaculta, Grijalbo, 1991.
- Lagunas Arias, David y Bozano Herrero José Ignacio, 2014, "Neochamanismo y tecnoespiritualidad, el caso del movimiento trance en Andalucía", Revista *Tecnocultura*, Vol. 11 Núm. 1:167-190. Link: <http://teknokultura.net/index.php/tk/pages/view/opr-195> fecha de consulta: 6 de marzo de 2017.
- Levinson, D., 1994, *Ethnic Relations: A Cross-Cultural Encyclopedia*, Santa Barbara-Denver, ABC-CLIO
- Lipovetsky, Gilles, 2013, La felicidad paradójica, Editorial Anagrama, Barcelona, España.

- Little, Walter, 2004, *Mayas in the Marketplace. Tourism, Globalization and Cultural Identity*, University of Texas Press Austin.
- Lombardi, Denise, 2011, *Neochamanismo: el ritual trasferido*. XI Coloquio Internacional sobre Otopames, México.
- Machuca, J., 2012, La incorporación turística del patrimonio y el nuevo malestar en la cultura, en *Trismo y antropología: Miradas del Sur y el Norte*, Machuca y Castellanos (coordinadores), UAM-Iztapalapa., Juan Pablos Editor, México.
- Maffesoli, Michel, 2004, *El nomadismo. Vagabundeos iniciáticos*, Fondo de Cultura Económica, México.
- Manchón, Lerman, D., “Hilos de la vida. Senderos de la mujer tz’utujil en tiempos de globalización, en *Dialogando Alteridades. Identidades y poder en Guatemala*, José Alejos García (compilador), pp.169-213, UNAM, México.
- Mendelson, Michael, 1965, *Los escándalos de Maximón. Un estudio sobre la religión y la visión del mundo en Santiago Atitlán*, Seminario de Integración Social Guatemalteca, Guatemala.
- Moreno, Eugenia, 2009, “Efectos territoriales del turismo de segunda residencia en el Valle de Tafi”, ponencia presentada en las III Jornadas de Jóvenes Investigadores, Universidad Nacional de Tucumán, Tucumán.
- Murga, Jorge, 2006, *Iglesia católica, movimiento indígena y lucha revolucionaria, impresiones Palacios, S.A. Guatemala.*
- Nogués, Antonio, 2015, *Etnografía bajo un espacio turístico: Sus de configuración*, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural PASOS edita, núm. 13, España.
- O’Neale, Lila, 1979, *Tejidos de los Altiplanos de Guatemala*, *Seminario de Integración Social Guatemalteca*, ed. José de Pineda Ibarra, Guatemala.
- Pereiro, Gerardo (coord.), 2012, *Los turistas Kunas. Antropología del turismo étnico en Panamá*, Ediciones: Universitat de les Illes Balears.
- Petrich, Perla, 1999 *.Historias, historia del Lago Atitlán.. Guatemala: Casa de Estudios de los Pueblos del Lago Atitlán.*
- \_\_\_\_\_ 2004, *Identidades de los pueblos del Lago de Atitlán de Guatemala*, Amerique Latine, Les cahiers ALHIM, <http://alhim.revues.org/134> , recuperado: 16 de junio de 2016.

- Ponciano, Jorge, 2007, La mayanización y el futuro de las relaciones serviles y tutelares en Guatemala, vol.3 en: *Mayanización y vida cotidiana. La ideología multicultural en la sociedad guatemalteca*, coord. Santiago Bastos y Aura Cumes, (2007), FLACSO CIRMA Cholsamaj, Guatemala.
- Rascón, Enrique, 2011, Crecimiento y características del turismo en Guatemala: El Caso de San Juan La Laguna, Sololá, en: *¿Es posible otro turismo? Ética, protagonistas, conceptos, dificultades, buenas prácticas, recursos*, vol. 2, FLACSO, San José Costa Rica.
- Ryan, Chris, 2005, "Introduction. Tourist-Host Nexus. Research Considerations", en Ryan, Chris y Aicken, Michel (eds.) (2005): *Indigenous Tourism: The Commodification and Management of Culture*. Oxford: Elsevier, pp. 1-15.
- Sánchez Crispín et al, 2012, Estructura territorial del turismo en Guatemala, *Investigaciones Geográficas, Boletín del Instituto de Geografía*, UNAM, núm. 78, pág. 104-121, México.
- Santana, T., Agustín, 1997, *Antropología y turismo, ¿Nuevas hordas, viejas culturas?*, Editorial Ariel, Barcelona.
- \_\_\_\_\_, 2003, Turismo Cultural, Culturas Turísticas, *Horizontes Antropológicos*, Porto alegre, año 9, núm. 20, p. 21-57, octubre de 2003.
- Smith, Valene L. org., 1992, or. 1989, *Anfitriones e invitados. Antropología del Turismo*. Madrid: Endymion.
- Tax, Sol, 1964 *El capitalismo del centavo. Una economía indígena de Guatemala*, Seminario de Integración Social Guatemalteca, núm. 12, Ministerio de Educación Pública, Guatemala.
- Teisenhoffer, Viola, 2008, De la "nebulosa mística esotérica" al circuito alternativo. Miradas cruzadas sobre el new age y los nuevos movimientos religiosos, en: *Raíces en movimiento. Prácticas religiosas en contextos translocales*, coord. Kali Argyriadis, Renée de la Torra, Cristina Zúñiga, Alejandra Aguilar, El Colegio de Jalisco, Ciesas-Occidente, ITESO
- Todorov, Tzvetan, 1991, *Nosotros y los otros. Reflexiones sobre la diversidad humana*, Editores Siglo XXI, México.
- Vallejo, Alberto, 2005, *Por los caminos de los antiguos nawales. Rilaj Mam y el nawalismo maya tz'utujil en Santiago Atitlán*, Instituto Nacional de Antropología e Historia.
- Van Den Berghe, Pierre, 1994<sup>a</sup>, *The Quest for the Other: Ethnic Tourism in San Cristobal México*. Seattle, WA: University of Washington Press.
- \_\_\_\_\_, 1994<sup>b</sup>, "Marketing Mayas: ethnic tourism promotion in Mexico", en *Annals of Tourism Research*, vol. 22, n° 3, pp. 568-588.

Weber, Max, 2002, Economía y Sociedad, Fondo de Cultura Económica, España.

## CIBERGRAFÍA

Airbnb <https://www.airbnb.mx/rooms/12127395> fecha de consulta: 22 de mayo de 2017.

Archivo Atitlán <http://archivoatitlan.org/> fecha de consulta: 31 de mayo de 2017.

Arqueólogos <http://arqueologos.ning.com/profiles/blogs/sitio-arqueol-gico-es-motivo-de-discordia-en-santiago-atitl-n> Fecha de consulta: 4 de febrero de 2017.

Clark Tours <http://www.clarktours.com.gt/pb/acerca-de-nosotros> fecha de consulta: 21 de mayo de 2017.

Cosmic Convergence  
<https://cosmicconvergencediscountcode.wordpress.com/2016/12/24/festival-line-up/> fecha de consulta: 25 de febrero de 2017.

Cumbre [http://www.un.org/spanish/conferences/wssd/cumbre\\_ni.htm](http://www.un.org/spanish/conferences/wssd/cumbre_ni.htm) Fecha de consulta: 17 de enero de 2017.

Cumbre Quebec <http://www.cinu.org.mx/eventos/turismo2002/cumbrequébec.htm> Fecha de consulta: 2 de enero de 2017.

Envision Festival <http://theconfluencegroup.com/EnvisionFestival2017/> fecha de consulta: 20 de marzo de 2017.

Historia del turismo en Guatemala una breve mirada  
<http://www.deguate.com/artman/publish/turismo/historia-del-turismo-en-guatemala-guatemala-una-breve-mirada.shtml#.WSEswGiGPIU> fecha de consulta: 21 de mayo de 2017.

Historia del turismo en Guatemala <https://prezi.com/okumgoy-rqus/historia-del-turismo-en-guatemala/> fecha de consulta: 21 de mayo de 2017.

Itzam Tours <http://itzambetours.com/services-view/camino-iniciatico-a-la-sabiduria-maya/> fecha de consulta: 24 de febrero de 2017.

Journeys living <http://www.journeysinliving.com/> fecha de consulta: 31 de mayo de 2017.

La-Aldea de Ubico Guatemala 1931-1944 <https://es.scribd.com/document/264671764/La-Aldea-de-Ubico-Guatemala-1931-1944> fecha de consulta: 21 de mayo de 2017.

Ometeotl Festival <http://www.ometeotlfestival.com/> fecha de consulta: 20 de marzo de 2017.

Prensa Libre <http://www.prensalibre.com/economia/marca-pais-en-construccion> fecha de consulta: 11 de marzo de 2017.

Que es la organización del mundo maya <http://www.entornoturistico.com/que-es-la-organizacion-del-mundo-maya/> fecha de consulta: 21 de mayo de 2017.

Star Fish <http://starfish-impact.org/> fecha de consulta: 16 de junio de 2017.

Tribal Gathering <https://www.geoparadise.org/tribal-gathering/buy-a-pass/pass-booking-form> 17 de marzo de 2017.

Youtube <https://www.youtube.com/watch?v=o-O5DKPic8Y> fecha de consulta: 29 de mayo de 2017.

## TESIS

Bowker, David, 2012, Free Market Tourism. The Tz'utujil Mayan Struggle with Neoliberal Globalization, New York University, Center for Latin American and Caribbean Studies.

Isunza, Alma, 2012, El culto a Maximón en Santiago Atitlán, Guatemala. Continuidades rupturas en la tradición religiosa actual, tesis para obtener el grado en doctora en Sociología, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, Mexico D.F.

Navichoj, Pedro, 2007, Historia de San Pedro la Laguna, Sololá, tesis para obtener el grado de maestro en Docencia Universitaria, Universidad de San Carlos, Guatemala.

Pérez, María, 2016, Herederas de las abuelas. Los cargos de *Xuo'* y *Texel* en las casas principals de Santiago Atitlán, Guatemala, tesis para obtener el grado de maestría en Ciencias Sociales y Humanísticas, CESMECA, Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas.

Tally, Engelbert, 2006, Turismo espiritual en tiempos posmodernos. El estudio de caso de San Marcos la Laguna, Sololá, Guatemala, Universidad del Valle de Guatemala.

Zúñiga, Bravo, Federico, 2016, Patrimonio cultural, etnicidad y turismo. Procesos de patrimonialización, turistificación y mercantilización en el Totonacapan veracruzano, tesis para obtener el grado en doctor en Antropología, UNAM, México.



## DOCUMENTOS AUXILIARES

Agenda 21 de la ONU <http://www.un.org/spanish/esa/sustdev/agenda21/>

Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo  
<http://www.un.org/spanish/esa/sustdev/documents/declaracionrio.htm>

INGUAT, 2011, *Boletín Anual de Estadísticas sobre Turismo, 2010*, Instituto Guatemalteco de Turismo, Guatemala

XI Censo Nacional de Población y Vivienda, 2002.  
<https://www.ine.gob.gt/sistema/uploads/2014/02/20/jZqeGe1H9WdUDngYXkWt3GIhUUQCukcg.pdf>

