



Universidad Autónoma de Chiapas
Instituto de Estudios Indígenas



Campus III

**LAS “CASAS DE TEJIDOS”:
ESPACIOS DOMÉSTICOS TURISTIFICADOS EN ZINACANTÁN, CHIAPAS**

Tesis

Que para obtener el grado de

Maestra en Estudios sobre Diversidad Cultural y Espacios Sociales

Presenta

Astrid Carolina Mariño Peña PS2172

Director: Dr. Raúl Andrés Pérez Grovas Garza

Co-Director: Dr. Maxime Laurent Kieffer

San Cristóbal de Las Casas, Chiapas; agosto de 2023



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

Instituto de Estudios Indígenas
Dirección



San Cristóbal de Las Casas, Chiapas.

Número de oficio: DIEI-163/2023

09 de Agosto de 2023

Asunto: Voto aprobatorio para impresión de tesis

Lic. Astrid Carolina Mariño Peña

Matrícula número: PS2172

Maestría en Estudios sobre Diversidad Cultural y

Espacios Sociales de la UNACH

P R E S E N T E

Con base en el Reglamento de Evaluación Profesional para los Egresados de la Universidad Autónoma de Chiapas, y habiéndose cumplido con las disposiciones en cuanto a la aprobación por parte de los integrantes del jurado en el contenido de su Tesis Individual titulada:

“LAS “CASAS DE TEJIDOS”: ESPACIOS DOMÉSTICOS TURISTIFICADOS EN ZINACANTÁN, CHIAPAS”

CERTIFICO el **VOTO APROBATORIO** emitido por este y autorizo la impresión de dicho trabajo para que sea sustentado en su Examen Profesional para obtener el grado de Maestra en Estudios sobre Diversidad Cultural y Espacios Sociales.

Sin otro particular aprovecho la oportunidad para saludarlo.

Atentamente

“Por la conciencia de la necesidad de servir”


Mtro. Antonio Gómez Hernández

Director Encargado y

Presidente del CIP

Instituto de Estudios Indígenas



- C. c. p. Mtro. Antonio Pérez Gómez. Secretario Académico y Coordinador de la MEDCES/IEI/UNACH
- C. c. p. Dra. Marisa G. Ruiz Trejo. Coordinadora del Comité de Investigación y Posgrado del IEI/UNACH
- C. c. p. Dr. Raúl Andrés Pérez Grovas Garza. Director de la Tesis.
- C. c. p. Expediente



Código: FO-113-05-05

Revisión: 0

CARTA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LA TESIS DE TÍTULO Y/O GRADO.

El (la) suscrito (a) Astrid Carolina Mariño Peña,
Autor (a) de la tesis bajo el título de “ LAS "CASAS DE TEJIDOS": ESPACIOS DOMÉSTICOS TURISTIFICADOS EN ZINACANTÁN, CHIAPAS. ”
presentada y aprobada en el año 2023 como requisito para obtener el título o grado de Maestra en Estudios sobre Diversidad Cultural y Espacios Sociales, autorizo licencia a la Dirección del Sistema de Bibliotecas Universidad Autónoma de Chiapas (SIBI-UNACH), para que realice la difusión de la creación intelectual mencionada, con fines académicos para su consulta, reproducción parcial y/o total, citando la fuente, que contribuya a la divulgación del conocimiento humanístico, científico, tecnológico y de innovación que se produce en la Universidad, mediante la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Consulta del trabajo de título o de grado a través de la Biblioteca Digital de Tesis (BIDITE) del Sistema de Bibliotecas de la Universidad Autónoma de Chiapas (SIBI-UNACH) que incluye tesis de pregrado de todos los programas educativos de la Universidad, así como de los posgrados no registrados ni reconocidos en el Programa Nacional de Posgrados de Calidad del CONACYT.
- En el caso de tratarse de tesis de maestría y/o doctorado de programas educativos que sí se encuentren registrados y reconocidos en el Programa Nacional de Posgrados de Calidad (PNPC) del Consejo Nacional del Ciencia y Tecnología (CONACYT), podrán consultarse en el Repositorio Institucional de la Universidad Autónoma de Chiapas (RIUNACH).

Tuxtla Gutiérrez, Chiapas; a los 21 días del mes de agosto del año 2023.

Nombre y firma del Tesista o Tesistas

Para Elinda, que desde el Río Amazonas me cuida.

Agradecimientos

A las mujeres tejedoras de Zinacantán que han utilizado el arte textil con sus telares de cintura para organizarse, crear comunidad, formar negocios, mantener familias y costumbres, pero por sobre todo, han resistido a las dinámicas homogeneizantes del vestir y el existir. Gracias a las grandes mujeres y protagonistas que me atrevo a llamar amigas: Esperanza, Érica, Pascuala, Petra, Juana y a la familia González que me abrió su casa, su cocina, y sus costumbres para mostrarme una vida que intenté retratar en esta tesis. Este documento es para ellas y sus hijas, quienes le dieron sentido a esto de llamarse investigadora social; espero que lo escrito acá quede un poco en sus vidas. Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología de México que me permitió sostenerme y vivir esta experiencia académica de escribir y hacer trabajo de campo en el lugar que más enseñanzas me dio para la vida.

A mi comité tutorial que me brindó seguimiento y me dio respuestas cuando las preguntas fueron infinitas. En especial al Dr. Raúl Perezgrovas por su compromiso, responsabilidad y apoyo con mi proceso investigativo, por siempre alentarme significativamente en mi proceso de escritura y creación. Al Dr. Maxime Kieffer por sus conocimientos sobre turismo que me ayudaron a crear varias de estas páginas y por sus revisiones atentas que incitaron varias preguntas, y al Dr. Jorge Paniagua por sus interrogantes, que inquietaron mi proceso creativo e investigativo y que intenté responder en este documento.

A la Dra. Sonia Toledo por sus lecturas y comentarios detallados a esta tesis, que sin duda guiaron varios caminos de trabajo y me acompañaron de manera activa. Quisiera agradecerle por su compromiso con mi generación.

A los demás profesores e investigadores del Instituto de Estudios Indígenas, de quienes aprendí en sus clases y con sus comentarios a mi trabajo y a quienes les debo buena parte de esta formación: Dra. Anna María Garza, Dr. Gonzalo Coporo, Dra. Marisa Ruiz, Dr. Laureano Reyes y el Dr. Jorge Angulo. De igual manera le agradezco a Juana Ruiz y al Maestro Antonio Gómez Hernández, en sus comentarios siempre encontraba mucho conocimiento sobre el territorio y el trabajo de campo.

A mis compañeros de generación Jhonwi, Samuel y Antonio, por su comprensión, debate académico y cariño. Y en especial a mis grandes amigas Diana, Denisse y Celfa,

gracias por la complicidad, el apoyo y las reflexiones sobre la vida, la academia y las formas de resistencia desde lo femenino; gracias a Ustedes escribí varias de estas páginas. Así mismo quiero agradecer a Liliana y Janeth por su enorme apoyo con mis trámites migratorios y académicos referentes a la maestría.

A mi querida madre y al matriarcado en Leticia, que me enseñó la resiliencia y que me envía la fuerza a cualquier lugar siempre que la he necesitado. A mi padre por sus palabras que me impulsaron a cumplir sueños lejos de casa. A Mariana por la amistad incondicional que me acompañó de principio a fin a kilómetros de distancia y a quien me impulsó y acompañó en parte de este camino.

Índice

Agradecimientos	iii
Índice	v
<i>Introducción</i>	1
Llegar a Tsotsleb por el camino del turismo	1
Construcción del problema	2
Pregunta de investigación	3
Objetivo general	3
Objetivos Específicos	3
Justificación	4
Composición de la tesis	4
<i>Capítulo 1. Del espacio y el turismo. Construir y reconstruir la Casa de Tejidos</i>	7
Antecedentes	7
Los estudios sobre Zinacantán, sus espacios cotidianos y el turismo en México.....	7
El producto artesanal	9
Turismo en comunidades indígenas.....	10
Estudios similares al caso de estudio.....	11
1. Marco teórico	13
1.1 La casa como lugar construido físicamente	13
1.1.1 La casa como un lugar construido por quienes la habitan	14
1.1.2 Actores que actúan en la Casa	16
1.1.3 Actor y comunicación.....	19
1.1.4 Actores femeninos y masculinos	20
1.2 Trazos e hilos de poder	22
1.3 Relaciones de género y del ejercicio del poder.....	25
1.4 Movimientos y flujos económicos en el turismo	26
1.4.1 Capitalismo y redes turísticas	26

1.4.2 Redes para el producto artesanal	30
2. Marco metodológico	32
2.1 Etnografía de una casa Zinacanteca.....	32
2.2 La etnografía en espacios cotidianos	35
2.3 Etnografía de estudio: acercamientos y limitaciones.....	36
2.3.1 Observación participante	38
2.3.2 Consideraciones sobre mi posición en campo	39
2.3.3 Entrevistas semiestructuradas	40
2.3.4 Cartografía de un Espacio Cotidiano	41
2.4 Redes y relaciones teórico-metodológicas.....	43
Capítulo 2. La Casa de Tejidos: Entre la dramatización y la realidad.....	45
2.1 Contexto breve de Zinacantán	46
2.2 Contexto general de las Casas de Tejidos.....	48
2.3 La Casa de Tejidos.....	50
2.3.1 Características físicas generales.....	50
2.3.2 Cambios en la construcción	53
2.3.3 Ubicación de la Casa bajo estudio	54
2.3.4 Creación del recorrido	56
2.4 La Casa de las hermanas González.....	59
2.4.1 El saludo	61
2.4.2 Altar	62
2.4.3 Telar	63
2.4.4 Boda zinacanteca y degustación del pox	65
2.4.5 Zona de ventas (separación de mesas).....	66
2.4.6 Visita a la cocina.....	68
2.4.7 Despedida	69
2.5 Hacer etnografía en un espacio doméstico	70
2.6 Presencia y vivir la Casa.....	73
Capítulo 3. Relaciones y reacciones en las Casas de Tejidos	75
3.1 Relaciones internas	75

3.1.1	Intervenciones familiares y de parentesco	76
3.1.2	Hombres en la Casa	79
3.1.3	Interacciones con mujeres zinacantecas	87
3.2	Relaciones internas mixtas.....	88
3.2.1	Guías de turismo	88
3.2.2	Visitas diarias con productos	92
3.2.3	Alimento de clima lejano.....	94
3.2.4	Carros de mercancía itinerantes.....	95
3.3	Relaciones eventuales.....	95
3.3.1	Visita religiosa.....	96
3.3.2	Encomendados y asuntos municipales.....	98
3.4	Género y relaciones familiares	99
3.4.1	Relaciones internas en el espacio	102
3.5	Desde afuera de la Casa.....	103
Las tour operadoras.....		104
Agencias de viaje.....		104
3.5.1	El caso de las agencias en San Cristóbal de Las Casas	105
3.5.2	Mesas de venta.....	107
3.5.3	Guías de turismo	108
3.5.4	Organismos de control.....	110
3.5.5	Turistas extranjeros y nacionales.....	112
3.5.6	Redes de turismo.....	115
3.6	Interacciones turísticas y de poder.....	116
3.6.1	Relaciones jerárquicas	116
3.6.2	Redes colaborativas	118
	Conclusiones.....	119
	<i>Capítulo 4. Actores y poder en el Espacio abierto al turismo</i>	<i>121</i>
4.1	Teoría del género en casa.....	121
4.2	Caso de estudio en Zinacantán.....	124
4.2.1	Sobre las redes invisibles de poder	125
4.2.2	¿Es el turismo en Zinacantán una red turística?	125

4.2.2 Redes turísticas capitalistas	127
4.3 De lo local a lo global	129
4.4 Performática turística y corporal.....	131
4.5 La Casa para el turismo	134
4.6 El espacio doméstico turistificado	136
4.6.1 La cartografía y el Espacio Doméstico Turistificado	138
4.6.2 Habitar el Espacio Doméstico Turistificado	139
<i>Conclusiones generales</i>	141
<i>Bibliografía citada</i>	144
Anexos	149
Recorrido fotográfico	149

Introducción

Llegar a *Tsotsleb* por el camino del turismo

Esta tesis inició con un lugar y un enfoque distinto; inicialmente quise que aquí quedara un poco de mi experiencia propia en temas que había trabajado y además que tuviera buena relación con el lugar donde nací. Poco después de que presenté mi proyecto pensado en el Amazonas, ligado a la artesanía con fibras naturales y a su relación con el turismo en las malocas¹ amazónicas, me confirmaron la poca factibilidad de trabajarlo, sobre todo en materia del trabajo de campo. Aunque cambiar de tema no me causaba conflicto sí me dejaba un poco fuera de mi zona de confort. A partir de diálogos con mi director de tesis el Dr. Raúl Perezgrovas, me comentó un poco sobre las artesanías textiles en Chiapas, y con esa guía hice una búsqueda minuciosa por internet ya que aún me encontraba en Colombia; quedé encantada con las flores de Zinacantán.

Llegando a Chiapas quise conocer Zinacantán y sus textiles, muy embelesada por la pieza textil en sí misma, un poco influenciada por la relación que tengo con la artesanía del Amazonas y la romantización que he creado. La primera forma y la más práctica que encontré para conocer Zinacantán fue a partir del turismo: fui como una turista para conocer la pieza textil y el tan único y conocido telar de cintura. Todo cambió apenas me subí a la vagoneta, pues el discurso sobre las piezas y los zinacantecos tenía una delgada línea entre lo exótico y lo irreal.

La primera parada siempre es Zinacantán; allí conocí el anhelado telar y a las mujeres que lo usaban, pero me sorprendió la forma en la que se teatralizaba el recorrido, no porque esto fuera necesariamente negativo, sino por el nivel y planeación del espacio. Luego, acercándome a las piezas en el momento de las ventas, encontré que todas las flores estaban hechas a máquina y no en el telar, y que había muchas artesanías de Perú, que conozco muy bien pues crecí en una ciudad en la frontera de Colombia con ese país.

¹ Casa comunal amazónica.

Más que decepcionada porque eso fue algo que nunca sentí, entendí que tal vez la pieza en sí misma no era la verdadera protagonista, sino que las personas que hacen que la pieza tenga un valor agregado son las verdaderas protagonistas, junto con su relación directa con el turismo y su planeación estratégica. Saliendo de la primera casa —que meses más tarde sería el lugar donde de lleno haría mi trabajo de campo—, entendí que la pieza tenía un valor no solo por quien la fabricaba sino por quien construía discursos sobre la misma.

Volví de campo con unas ideas parcialmente más claras de que mi verdadero foco serían las mujeres que allí trabajaban y las personas que hacían que existiera el tour a pueblos indígenas en Chiapas, y que mi trabajo de campo debía ser dentro de, al menos, una de esas casas, pues allí era donde todo sucedía. Decidido eso empecé a acercarme en las maneras que encontré convenientes: aprendí un poco de tsotsil para poder entender algo de lo que hablaban entre ellas, y en el camino fui encontrando el problema central que se escondía tras estos espacios sociales, que aquí llamaré las “Casas de Tejidos”.

Construcción del problema

Sobre el problema en el panorama social y espacial que pretendo investigar, es fundamental identificar los dos puntos focales de interés en esta investigación. En primer lugar, me centro en la relación de las familias y organizaciones de mujeres con el turismo a partir de la reconstrucción de lo cotidiano-íntimo dentro de la “Casa de Tejidos”; este espacio condensa una serie de relaciones sociales basadas en el poder como relaciones de género, edad y destrezas, entre las familias centrales de las diferentes Casas de Tejidos y quienes trabajen para ellos, así como las organizaciones. En segundo lugar, hago énfasis en la relación con las agencias turísticas, los entes mediadores institucionales y, en menor medida, los turistas. Estas relaciones tienen construcciones mediadas por muchas variables que pueden relacionar lo económico, el prestigio y lo familiar; así mismo, estas relaciones se dan desde un ejercicio de poder por varias partes. Poco se sabe o se conoce más allá del tour turístico o de la existencia misma de las Casas de Tejidos: las reglas internas, los rubros de ganancias, la legalidad del trabajo dentro de las mismas y hasta las condiciones necesarias para mantener el tour turístico en funcionamiento.

Es problemática la manera en la que se consideran estos recorridos turísticos como dados por sí solos, desconociendo las relaciones necesarias para su existencia. Efectivamente

el “Tour de pueblos indígenas” ofertado desde Chiapas data de hace más de doce años, pero como investigadora social interesada en los fenómenos permeados por el turismo, me interesa la forma en la que se coopta la idea general de la Casa para realizar la venta de los tejidos por unos actores, dejando a otros por fuera, quienes deben trabajar directamente para las Casas o, en su defecto, vender sus textiles en otros espacios más lejanos. Sostengo que para crear, manejar o trabajar dentro de alguna de estas Casas se necesitan características específicas, que no toda mujer u hombre en Zinacantán logra cumplir: características económicas, de prestigio, de relaciones étnicas y en la mayoría de casos, de capacidad adquisitiva y de trabajo.

Aunque es interesante la manera en que los actores se apropian de “su espacio” desde la relación que construyen con el turismo —y probablemente esta iniciativa en Zinacantán sea una posibilidad de turismo desde el territorio ejecutada por sus propios habitantes—, también es fundamental revisar las condiciones sociales diferenciales en las que se ha construido el tour como uno de los más conocidos de la zona; por tanto, me surgen las siguiente preguntas como guías para el desarrollo del problema:

Pregunta de investigación

¿De qué manera las relaciones sociales establecidas por los actores internos y externos de las Casas de Tejidos mantienen un espacio doméstico turistificado en Zinacantán Chiapas?

Objetivo general

Determinar la composición de las interacciones de poder establecidas por los actores internos y externos de las Casas de Tejidos que logran mantener un espacio doméstico turistificado en Zinacantán Chiapas

Objetivos Específicos

- 1) Detallar el tipo de espacio turístico construido por el trabajo en las Casas de Tejidos.
- 2) Analizar las interacciones de poder que suceden al interior de las Casas de Tejidos.

- 3) Identificar el efecto de las relaciones externas necesarias para el funcionamiento de las Casas de Tejidos.

Justificación

He planteado este proyecto, en primer lugar, para contextualizar la caída de la romantización de lo artesanal, en este caso la llamada artesanía textil, que pone a artesanos a trabajar bajo el panorama de la exotización, desconociendo en muchos casos su capacidad de resistencia, y sobre todo su funcionamiento interno, sus formas de comercialización internas y externas, así como la manera en la que se relacionan con transacciones económicas en un sistema capitalista global, en particular con el turismo.

De igual manera, es importante para el desarrollo de esta investigación, reconocer y analizar el impacto del turismo en diferentes espacios, explorando la capacidad de adaptación y cambio de los actores involucrados, definiendo también las barreras que existen en Zinacantán para ser parte de las Casas de Tejidos, y los contratos visibles y no visibles de las agencias con las Casas estudiadas.

También considero relevante generar este tipo de estudios que se separan de los postulados de la antropología clásica, que tuvo un amplio trabajo en la zona, y que además marca unos lineamientos de estudio más allá de lo descriptivo. La idea de esta separación es efectuar espacios propositivos desligando las etiquetas de lo auténtico, lo mayor, lo verdaderamente chiapaneco, y revisar los cambios sociales ligados al turismo como producto de relaciones públicas y privadas. Lo anterior no se puede desligar de un sistema económico donde se ha generado un efectivo proceso de adaptación pero, de la misma forma, se ha cambiado el discurso al introducirlo en espacios exactos, en territorios con dinámicas organizativas plenamente trabajadas de una tradición comunitaria, un sistema de cargos y una serie de otras especialidades que hacen de Zinacantán un lugar adaptable pero con una amplia capacidad de decisión sobre la forma en la que genera productos turísticos y en la que recibe el flujo de capitales.

Composición de la tesis

Esta tesis está compuesta por cuatro capítulos y unas conclusiones generales. Cada capítulo cuenta con un acápite de introducción y un subtítulo final con conclusiones pertenecientes al

análisis individual de cada capítulo. El primero y el cuarto capítulo son mayoritariamente teóricos y de análisis, el segundo capítulo es abiertamente descriptivo y el tercer capítulo cuenta con la fusión de la descripción y el análisis.

El primer capítulo hace un análisis de los estudios que forjaron la forma de construir el problema de investigación y la postura con la que se diseñaron las herramientas trabajadas en campo. A su vez, allí se presenta la postura teórica y metodológica de esta tesis, partiendo de un análisis de posicionamientos de autores para encontrar similitudes y separaciones de estos planteamientos y, con aquel ejercicio, definir los postulados propios de esta investigación. Sumado a lo anterior, se identifican los conceptos clave de esta tesis, que fueron: espacio doméstico, actor social y relaciones de poder. Finalmente se hace un resumen de la relación entre los objetivos, la metodología, la variable teórica, la técnica de investigación usada y el formato o instrumento usado para este fin.

El segundo capítulo es un contexto construido a partir de la descripción profunda de los espacios usados para la creación del tour a pueblos indígenas en Zinacantán, Chiapas. Allí se separan tales espacios siguiendo los puntos de exposición del tour, de tal manera que el lector entienda cómo se desarrolla el recorrido y pueda tener una lectura crítica de lo que será expuesto en los capítulos siguientes. Además, se intenta describir el día a día de preparación del espacio para entender, por un lado, el formato de exposición y, por el otro, las relaciones domésticas necesarias para mantener el circuito turístico al interior de las Casas de Tejidos.

El tercer capítulo hace referencia a los dos núcleos de análisis a partir de lo sucedido en campo al interior y exterior de las Casas, por lo que se hace una identificación de los actores internos y con esto se analizan sus relaciones ligadas al mantenimiento y fortalecimiento del tour a pueblos indígenas, con lo referente a relaciones que ocurren dentro de las Casas. Por otro lado, se identificaron aquellos actores externos que orbitan y se relacionan con las Casas de Tejidos, pero que no necesariamente ingresan a las mismas, reconociendo estas interacciones y cómo su trabajo repercute en las relaciones internas y, de igual forma, mantienen y actualizan el funcionamiento de las Casas de Tejidos.

El cuarto capítulo aborda la relación final entre las variables del espacio doméstico, el actor social y las relaciones de poder, en diálogo con otras variables transversales de la

investigación, como el género y el sistema económico. Así, este capítulo hace una propuesta de lectura de este tipo de iniciativas turísticas a partir de la exposición de conceptos que nacen de este caso de estudio, pero que pueden ser de utilidad para trabajos posteriores que revisen el espacio doméstico en comunidades indígenas y el ingreso de las rutas turísticas a tales espacios.

Capítulo 1. Del espacio y el turismo. Construir y reconstruir la Casa de Tejidos

En este capítulo se encuentran aquellas herramientas base para comprender las razones por las que analizo las Casas de Tejidos, sobre todo la forma en la que uní la búsqueda bibliográfica con mis posturas teóricas y las razones metodológicas para encaminar la tesis a través de la etnografía.

A partir de aquella búsqueda de elementos de esta investigación en otras similares, en un primer momento se hizo una selección de temas ligados a la investigación y con ellos se completó un amplio bagaje que he dejado resumido aquí; luego se encontraron obras con mucha similitud que detallo al final de este apartado de antecedentes. Luego, separo los conceptos que trabajo para explicarlos de forma teórica basada en la forma en la que estructuré los capítulos de la tesis, y con esto hago un empalme con los elementos metodológicos que utilicé para generar un análisis más amplio a partir del problema que presento al inicio de este texto.

Este capítulo tiene como objetivo brindar al lector el panorama teórico y metodológico que analicé para el desarrollo de toda la tesis: en cada capítulo se hace referencia a cómo las herramientas brindaron algunas respuestas, pero el grueso de la información se encuentra plasmado en estas primeras páginas, con las cuales se da una idea general de los propósitos y alcances en mi trabajo de campo y análisis de resultados.

Antecedentes

Los estudios sobre Zinacantán, sus espacios cotidianos y el turismo en México

En la búsqueda de trabajos sobre el carácter organizativo familiar, cotidiano y económico en Zinacantán encontré *El Proyecto Chiapas de la Universidad de Harvard*, liderado por el antropólogo Evon Z. Vogt y su equipo de estudiantes, quienes se especializaron en ciertas cuestiones particulares de la vida en Zinacantán. El “Proyecto Chiapas” trató de retratar la vida de los zinacantecos, la agricultura, relaciones familiares, la milpa, los materiales de construcción, la indumentaria y otros aspectos con la fuerte idea de que quienes vivían en Zinacantán eran la prueba viva de los mayas *reales* que aún existían sobre la tierra. Esto fue

causa de variadas reacciones en antropólogos integrantes de su equipo y otros investigadores externos; hubo quienes siguieron la línea de Vogt, así como quienes se opusieron. Algunos autores estudiantes de Vogt, como Robert Wasserstrom (1989), explicaron las razones por las que los zinacantecos llegaron al territorio que ahora habitan, desde un enfoque que contemplaba la influencia del capitalismo: “Cuando dejaron caseríos distantes tales como Sek’emtik y Joyjel, renunciaron a sus viejos apellidos y fueron absorbidos por grupos de nombres más extensos que los antropólogos llamaron posteriormente patrilinajes” (Wasserstrom, 1989: 252).

La manera en la que Vogt revisó el tipo de economía manejada por los zinacantecos y también sus sistemas religiosos y rituales, no cuestionó el orden establecido ni los procesos circundantes, pues no era su línea de investigación. No obstante, más adelante otros autores como Albores (1978) y Cancian (1976), revisaron desde otras perspectivas el sistema de cargos y lo que involucraba ese prestigio económico y social, así como las implicaciones ya existentes de la situación de los zinacantecos dentro de un mundo globalizado. “La sociedad supuestamente “aislada” y “marginal”, está también integrada al sistema capitalista global y el subdesarrollo en que viven no es efecto de su propio aislamiento” (Albores, 1978: 132).

Sobre el carácter familiar de la organización productiva busqué aquellos trabajos, en primer lugar mexicanos, que se han centrado en la familia como ente productivo y personal, como Sandoval (1994: 58), quien: “Hace un rastreo de todos los trabajos con respecto al hogar y lo productivo de las mujeres indígenas dentro de sus unidades domésticas y cómo en ellas también recae la funcionalidad de todo el trabajo familiar”, y la manera en que el trabajo doméstico liderado en parte por cada uno de los miembros de la familia ha generado mayores ingresos, considerando el trabajo cotidiano como un espacio de producción económica.

Desde los debates de la literatura mexicana, Rojas (2016) define, a partir de distintos estudios de parentesco, los sistemas familiares mesoamericanos y las variaciones de estos según el contexto rural o urbano, y desde un estudio de caso particular, Madera (2000: 154) reconoce la relación entre las unidades domésticas de producción campesina y su relación con el capital, en el caso de productores de tabaco en Nayarit, quienes vivían bajo la necesidad de capital para su sobrevivencia.

El producto artesanal

En relación con el producto vendido en las Casas de Tejidos, y considerando que implica un discurso, mi interés también se volcó hacia la forma en que la organización artesanal gesta cierto tipo de dinámicas mercantiles; para ello me baso en las investigaciones de Victoria Novelo (1993), quien se dedicó a la caracterización de las formas de hacer artesanía en México, pero sobre todo, lo que retomo es la caracterización de las formas de producción en el taller artesanal donde se reconoce la división del trabajo y la cooperación por parte de los artesanos, cooperación que puede ser familiar o simplemente colectiva sin vínculo de parentesco (Novelo, 1993: 62). Por esta misma línea encuentro central el trabajo de Marta Turok (1988), quien hace un minucioso trabajo histórico, teórico y conceptual sobre la profundidad que tienen los objetos artesanales y su función dentro de un país como México; para la elaboración de este concepto retomo la forma en que la autora se refiere al sello de “Hecho a mano” el cual se “contrapuso a la producción en serie y se le agregó un valor cultural que antes no se había tenido que justificar” (Turok, 1988: 26). La idea de este sello de lo hecho a mano la quiero relacionar desde lo “Hecho por manos Mayas”.

Enfocada en la mercantilización del producto, en específico los textiles chipanecos, Gracia Imberton (2020) explica los procesos de mercantilización de bordados de mujeres indígenas pues “poco a poco los textiles elaborados de manera artesanal por las mujeres indígenas se volvieron progresivamente una fuente de ingresos para muchos hogares (Imberton, 2020: 108). Esta autora cuestiona también la intervención del Instituto Nacional Indigenista (INI) y otros proyectos que buscaron comprar textiles en San Cristóbal y llevarlos a México D. F. y relata cómo estas iniciativas no fueron viables a largo plazo. Aunque no es el foco de este texto, los procesos de turistificación en la mercantilización, brindan un espacio de intercambio monetario que se mantiene en tanto exista una supuesta cercanía con la artesana, que en parte es lo que hace llamativa la compra dentro de las Casas.

Respecto a la actividad económica del *turismo*, mi primer acercamiento fue a partir de diferentes fuentes que retrataban visiones positivas y negativas de la introducción del turismo en ciertos espacios sociales y comunitarios; por ejemplo, Martínez (2014: 112) afirma que los procesos organizativos propios llevan un tiempo olvidándose y solo funcionan para el caso del turismo, por lo que a partir de esta actividad económica la comunidad se

enfrenta a que esta sea la única salida económica y olviden otras actividades tradicionales en las cuales se venían manteniendo. Otras posturas explican que son más complejas las formas de contacto de comunidades con el turismo, el ecoturismo o el turismo depredador, pues estas relaciones económicas, aunque están intrínsecamente relacionadas con redes globales capitalistas, no solo entran a destruir culturas y manifestaciones, sino que también construyen otras redes que no son vistas como negativas sino como constructivas de regeneraciones al interior de las comunidades, como lo determinan Cortez y León (2007) y Aguas (2013).

A partir de la relación turismo-capitalismo al interior de las comunidades étnicas, Zárate (2019: 59) explica la forma en la que el Estado ha reconocido a las comunidades étnicas y cómo éstas han rechazado ciertas instituciones, pero aun así, se encuentran inmersas en procesos de globalización. Una forma de ver las relaciones turísticas no solo en torno al capital y notar su fuerte organización, es partir de las iniciativas comunitarias propuestas desde los territorios; Kieffer (2011) define el Turismo Rural Comunitario como aquel que “promueve en un espacio determinado una función territorial y busca integrarse dentro de la organización territorial existente” (Kieffer, 2011: 6). Por esa misma línea, Contreras, Mancheno y Cifuentes (2018: 71), hablan de los principios de la economía popular, y la importancia de seguir las propias prácticas territoriales para llegar a reflexiones comunitarias frente al turismo. A partir del turismo comunitario y sostenible y el turismo étnico, se ha reiterado la necesidad de procesos de planificación en los que se tengan en cuenta las propuestas de las comunidades y su experiencia, como lo indican Lievano, Mazó y Torres (2018: 121) desde la importancia de la planificación del turismo sostenible, y cómo esto puede cambiar procesos productivos en comunidades.

Turismo en comunidades indígenas

Para hablar del caso más específico del turismo en Chiapas y Zinacantán, el trabajo de Jan Rus y George Collier (2002) hace un recorrido histórico entre 1974 y 2002 de los casos de Chamula y Zinacantán. Desde una perspectiva social, económica y cultural, se revisa la relación entre comunidades indígenas y varias instituciones estatales y académicas, refiriéndose principalmente a la manera en que las mujeres se empiezan a organizar en torno a lo textil, como una respuesta a las necesidades económicas: “Porcentajes significativos de mujeres —hasta el 60% en Chamula y otros lugares— empezaron a producir trabajo artesanal

para el creciente mercado turístico después de 1982” (Rus y Collier, 2002: 17). Según los autores, desde finales de los años setenta y principios de los ochenta inicia la venta al turismo por parte de mujeres tejedoras en Zinacantán y Chamula, producto de ciertos cambios en otras maneras de adquirir recursos económicos desde el trabajo agrario masculino.

El turismo en Zinacantán está muy ligado a la designación de San Cristóbal de Las Casas como Pueblo Mágico; Cañas (2016) explica cómo las instituciones han creado discursos sobre el papel de los grupos étnicos en el turismo: “En el caso del PPM², la gubernamentalidad como proyecto de creación de un orden social produce sujetos indígenas a partir de cuatro formas diferentes, pero interrelacionadas: como problema, objeto de exhibición, mano de obra barata o sujeto negado” (Cañas, 2016: 19). Aunque es central revisar la relación entre el turismo con lo institucional, puede ser parcialmente reducida la manera de leer la relación del turismo con las comunidades.

Estudios similares al caso de estudio

Para construir esta tesis se dio especial importancia a dos trabajos de investigación que unieron la etnografía en espacios domésticos y otras variables, como son la enseñanza, los procesos de aprendizaje y el turismo en comunidades indígenas, esto a partir de visitas y conocimientos en casas particulares de mujeres tejedoras en Zinacantán.

El primero fue el trabajo Hortensia Martínez (2014), quien construye su tesis de doctorado a partir de una investigación de campo en una Casa de Tejidos en Zinacantán. Ella define las relaciones familiares y cotidianas relacionadas con la venta de los textiles, centrándose por un lado, teóricamente, en la estructura familiar y sistémica, y por otro, desde una concepción amplia de la forma en la que se han mantenido las pedagogías de resistencia, reproducción y cambio social, acompañada de las diferentes formas en las que han cambiado los procesos de comercialización de los productos (Martínez, 2014: 40). Este trabajo concluyó afirmando la importancia de los procesos pedagógicos familiares que aún se mantienen en la casa de la familia González,³ pues si bien esta se encuentra inserta en

² Programa de Pueblos Mágicos.

³ Familia con la que se hizo el trabajo de campo mayoritario.

procesos de demostración turística, esto no impide de ninguna forma el intercambio de saberes entre una generación y otra. Hortensia y su trabajo de campo respetuoso me permitieron entrar a la Casa de la familia González, pues todos la recordaban como una excelente investigadora y compañera.

El segundo trabajo del tema revisado a profundidad fue la unión de la etnografía con un espacio turístico en Zinacantán que hace Baleun Song (2022), quien toma las acciones performáticas de las Casas de Tejidos y las relaciona con el papel y el trabajo del guía de turismo en su funcionamiento: “El guía toma un papel distinto, que es el de estimular la fachada de la Familia de Zinacantán, y así enfatiza sus tres partes —el medio, la apariencia y los modales—, destacando lo indígena y lo tradicional a través de sus explicaciones” (Song, 2022: 104). Con esta relación hace especial énfasis en los guías y las percepciones de los turistas en Zinacantán. Para esta tesis, se revisaron a mayor profundidad el trabajo de los guías y las mujeres que allí trabajan, algo que la autora cuestiona, a la vez que le da más importancia a la visión del turista. Desde mi trabajo pretendo criticar esta perspectiva y propongo ver el turismo desde las Casas y no desde la percepción de los turistas.

Estos dos trabajos dieron ciertas pautas de cómo era entrar a las Casas y permanecer en ellas sin generar incomodidades o malos ratos; su experiencia investigativa definitivamente nutrió la forma en la que logré generar un vínculo con la Casa. Aunque mi investigación tiene otros fines en materia del análisis: por un lado de las relaciones sociales en torno al poder, y por otro de las descripciones etnográficas de las Casas, es de suma importancia reconocer el trabajo pionero sobre etnografías del turismo de estas dos investigadoras.

Finalmente, para la construcción de esta investigación, manejaré elementos en común con estos documentos que se han centrado en la relación de los actores de Zinacantán con el turismo. Trabajar una etnografía basada en planos de la observación participante determina la importancia de las relaciones entre actores para construir un producto turístico y mucho más un producto que permite vivenciar la vida de otros; es por ello que me interesa no ver estas relaciones como lejanas o puramente étnicas o sin algún vínculo, sino desde las interacciones que marcan pautas sociales. Comparto varios postulados con lo reportado por

Song (2020), pero con este trabajo pretendo estudiar a profundidad la formación de un espacio doméstico ligado al turismo y su relación con los actores.

1. Marco teórico

1.1 La casa como lugar construido físicamente

Es importante partir del hecho de que, para estudiar las Casas, se deben asumir como un espacio físico tangible, un espacio con puertas, ventanas, cuartos, baños, cocina y todos aquellos detalles estructurales por los que consideramos una casa como un espacio de vida doméstica; es importante reconocer que este espacio con características específicas se suele cargar de mayor sentido descriptivo y social, porque en su interior se resguarda una familia con sus propias dinámicas e interacciones.

Sin importar la extensión de la familia, el uso constante de la Casa por parte de sus habitantes la convierte en un lugar común, uno compartido que, aunque con características físicas, también adquiere sentido a partir de lo que sucede en su interior. Yi Fu Tuan (1977) habla de este tipo de espacios cotidianos y la forma en la que el tiempo y el espacio se encargan de configurar el lugar, y también objetiviza el lugar como un ente concreto, pero no movable en tanto aún se puede resguardar la vida en su interior:

El lugar es un tipo especial de objeto. Es una concretización de valor, en tanto no sea una cosa valiosa, que pueda ser fácilmente manipulada o llevada de un lugar para otro; es un objeto en el cual se puede vivir. El espacio, como ya mencionamos, es dado por la capacidad de movernos en él. (Tuan, 1977: 8)

Efectivamente la casa cumple con estas características relacionadas con sus habitantes en tanto se pueden mover en ella, y vivir en este lugar, que, aunque ciertamente objetivizado, no es del todo movable solo por eso, sino por el hecho de que cumple funciones y brinda servicios en un lugar particular, que no se encuentra constantemente estático.

Algo para el análisis es que el debate sobre el espacio y el lugar cada vez cobra mayor relevancia, puesto que los cánones de lo definido y limitado cada vez se recogen más, y empezamos a hablar de otros tipos de significados del lugar, cada vez menos permeados por lo lineal y esquemático y cada vez más ligados a la presencia del ser humano en los mismos. Linda McDowell y algunas geógrafas feministas también han buscado ir por esta línea,

identificando la forma de reaprender la geografía y ligarla con variables como el género o el cuerpo mismo, para lo que se necesita:

Una conceptualización más compleja de la propia noción de espacio, y un cuestionamiento de la idea geográfica tradicional de lugar como conjunto de coordenadas situadas en un mapa que fijan un territorio bien definido y delimitado. (McDowell, 2000: 15)

Tanto Yi Fu Tuan como Linda McDowell, tienen el postulado de hablar de reconfiguraciones a la hora de leer el espacio y por ende los sucesos que pasan en su interior, los dos bajo los postulados de las relaciones existentes necesarias para configurar ciertos espacios. McDowell verá como relaciones de poder ligadas muchas veces al género y al cuerpo, mientras que Yi Fu Tuan concuerda con la importancia del cuerpo al configurar el lugar, pero también la necesidad de considerar el espacio y el tiempo en el que suceden las cosas, así como la experiencia de los individuos y sus cuerpos al interior de los lugares.

El espacio físico visto desde una lectura arquitectónica o desde los cambios constructivos es muy interesante, en tanto explica mucho de quienes habitan estos lugares de quienes ya no están, y sobre todo de quienes ahora permanecen habitando la casa. Por eso considero relevante tener en cuenta el espacio físico construido, para poder entender las configuraciones de la construcción social del lugar, que para términos de esta investigación está muy basada en un carácter familiar a la hora de leer el espacio.

1.1.1 La casa como un lugar construido por quienes la habitan

La Casa la dotan de sentido quienes se mantienen bajo su techo, o quienes descansan bajo sus tejas de zinc; como los niños, adolescentes, jóvenes, mujeres y hombres y también las parejas que allí residen, y quienes traen personas de un núcleo familiar distinto a configurar el espacio de la propia Casa; con esto quiero decir que el espacio mantiene rutinas, olores, texturas y colores de acuerdo a quienes se encargan de mantener ese cierto orden.

Autores como Tuan (1977) afirman que las personas que habitan ciertos espacios construyen la realidad, pues sus cuerpos ya sean jóvenes o viejos dotan de sentido los lugares en los que viven, acción que también está mediada por la experiencia de cada persona. También señalan que este construir no se hace siempre de manera consiente pero se encuentra en proceso todo el tiempo:

La experiencia es un término que incluye diferentes formas a través de las cuales las personas conocen y construyen la realidad. Estas formas varían desde los sentidos más directos y pasivos como el olfato, paladar y tacto hasta la percepción visual activa y la manera indirecta de simbolización. (Tuan, 1977: 5)

Tuan (1977) y McDowell (2000) comparten la idea de que el carácter experiencial por supuesto configura la forma en la que se moldea el espacio y sus posibles límites, pero la segunda autora agrega que esto se da a partir de las relaciones de quienes allí habitan y subraya directamente que estas relaciones son de poder y son excluyentes porque establecen quién pertenece o no al espacio:

Los espacios surgen de las relaciones de poder; las relaciones de poder establecen las normas; y las normas definen los límites, que son tanto sociales como espaciales, porque determinan quién pertenece a un lugar y quién queda excluido, así como la situación o emplazamiento de una determinada experiencia. (McDowell, 2000: 45)

Esta tesis comparte dichos postulados con referencia al carácter experiencial de habitar el espacio construido y la forma en que las experiencias también son estructuradas por ciertas relaciones de poder, donde se dice quién entra y cómo sale, pero también quiénes pueden ser parte de un trabajo y quiénes no, y las razones por las cuales se toman estas decisiones, que suelen estar basadas en la forma en la que se percibe la Casa como el lugar donde se permiten unas acciones y se niegan otras, decisiones que son tomadas por unos actores en particular.

De igual forma, para entender estas relaciones de poder y la forma no lineal en que operan, es necesario volver siempre a la claridad de que estas relaciones son dadas por cuerpos: “El cuerpo es cuerpo vivo y el espacio es una construcción del ser humano” (Tuan, 1977: 22). Y como cuerpo, recibe de múltiples formas la manera en la que se configura el espacio, donde el cuerpo también pasa a ser lugar, en el que suceden actos transgresivos en su forma de habitar el espacio siendo un cuerpo que se encuentra en constante contacto con relaciones basadas en el poder de otros cuerpos frente al propio, es por eso que:

El estudio del cuerpo ha transformado también la comprensión del espacio, porque ha demostrado que las divisiones espaciales —en la casa o en el puesto de trabajo, en el plano de la ciudad o del Estado-nación— reflejan y se ven reflejadas en las actuaciones y relaciones sociales de carne y hueso. (McDowell, 2000: 61)

Para los propósitos prácticos de esta investigación hablaré de la presencia de las escalas espaciales, siendo estas: un mecanismo organizador fundamental, en donde se adhieren unos y se excluyen otros (McDowell, 2000: 15). Las escalas tienen que ver con las concepciones espaciales que hacen que unos cuerpos ocupen ciertos espacios y a otros les sean abiertamente negados. Porque de igual forma, aunque se encuentren varios actores en un mismo espacio físico y bajo las mismas relaciones de poder que configuran todas las relaciones en esa Casa, no son iguales las formas en las que se es parte de una relación; en tanto se es detentador de esa relación se tiene una actitud de dominado en unas partes pero de dominante en otras, porque finalmente un espacio como la casa no habla de verticalidades ni de relaciones lineales, sino precisamente de todas las fluctuaciones ejecutadas para su funcionamiento, como lo ejemplifica McDowell (2000):

Así una casa o una vecindad constituyen una localidad delimitada por la escala — esto es, reglas-relaciones de poder que mantienen fuera a los demás—, pero se constituyen por la intersección de un conjunto de factores que coinciden allí, sin que por ello su funcionamiento quede restringido a nivel local. (2000, p. 16)

Para hablar de estas escalas no solo es central la visión de McDowell sobre las delimitaciones que generan las escalas y las personas dentro y fuera de las mismas, sino que autores como Jouault (2021), también explican las escalas desde un carácter más macro y muy ligado a dinámicas de tiempo presente como la globalización y el impacto que por supuesto tiene en las escalas espaciales y sus configuraciones; por ello que “Las recomposiciones espaciales han de examinarse en toda su complejidad junto con las decisiones tomadas por actores de todas las escalas espaciales, desde lo global hasta lo local” (Jouault, 2021: 157).

Por ello es importante tener claridad sobre lo que implican las relaciones internas en la Casa y lo que esto pueda recibir o excluir, pero también tomar en consideración que hay actores en escalas externas e inclusive lejanas que también configuran las acciones, reacciones y demás que mantienen en constante complejidad los actos trabajados al interior de espacios de carácter local y doméstico.

1.1.2 Actores que actúan en la Casa

Para hablar de los individuos interconectados y sus relaciones en constante realización es necesario situarlos en una categoría teórica que, en términos generales y para este trabajo de

tesis, analizaré como actores sociales. Esto quiere decir que cada relación estudiada en este trabajo será entre actores y sus interacciones sociales.

Para determinar la factibilidad de trabajar con el concepto de actor social, hice un análisis de dos posturas que encuentro afines para construir el enfoque teórico de esta tesis; por un lado, Manuel Castells (2009) centra su obra entre las relaciones del actor social con el proceso educativo y cómo estas generan lecturas sobre el ejercicio del poder en la comunicación. Por otro lado, Anthony Giddens (1984) usa de forma indistinta el concepto de actor y agente, pero se pregunta por el actuar individual del actor y cómo éste construye colectividades.

Castells (2009: 34) habla de forma conglomerada del actor social a partir de su capacidad de acción en determinadas circunstancias, de forma que, aunque son sujetos individuales también pueden ser colectivos, instituciones y redes. Aquí el centro es el actor y su capacidad de comunicación en términos sociales, es decir, su capacidad de crear un mensaje y recibirlo. Las relaciones de dichos actores están mediadas por el ejercicio del poder inscrito en las redes de comunicación, y su capacidad de accionar en las mismas; por lo tanto, el autor no considera que las redes sean necesariamente colaborativas, sino que se encuentran en cierto choque: “El empoderamiento de los actores sociales no puede separarse de su empoderamiento contra otros actores sociales, a menos que aceptemos la ingenua imagen de una comunidad humana reconciliada” (Castells, 2009: 36). De esta forma, el autor reconoce que necesariamente existen rasgos de dominación de ciertos actores hacia otros, y cuestiona la noción de que los actores coexisten en armonía en esferas sociales.

Por otro lado, Giddens (1984) primero se centra en la explicación de aptitudes del actor social desde su individualidad para luego distinguir el accionar de los actores sociales en materia de colectividad. En las reflexiones sobre el actor reconoce el ejercicio individual en sus acciones cotidianas, que aplica en instancias sociales: “Las aptitudes reflexivas del actor humano se incluyen en general de una manera continua en el flujo de la conducta cotidiana en los contextos de una actividad social” (Giddens, 1984: 9). Luego, continúa por la línea de la actividad cotidiana para reconocer que de esta misma salen acciones que reproducen los rasgos estructurales, que más adelante podemos distinguir en procesos sociales más elaborados o institucionalizados (Giddens, 1984: 38).

Además de lo anterior, Giddens (1995) reconoce dos conceptos importantes como lo son la estructura y los sistemas sociales; el primer concepto es entendido, por un lado, con las reglas centrales de leer la sociedad incrustada en una estructura y como esta misma funciona sin estar completamente aferrada al tiempo y al espacio, mientras que, en los sistemas sociales, el actor central son los seres humanos y la reproducción de sus acciones en un tiempo y un espacio, tal como lo explica el autor:

Estructura, como conjuntos de reglas y de recursos organizados de manera recursiva, está fuera del tiempo y del espacio, salvo en sus actualizaciones y en su coordinación como huellas mnémicas, y se caracteriza por una «ausencia del sujeto». Los sistemas sociales en los que está recursivamente implícita una estructura, por el contrario, incluyen las actividades situadas de agentes humanos, reproducidas por un tiempo y un espacio. (Giddens, 1995: 38)

Es importante destacar que Giddens, rompe en gran medida con el dualismo de actor y agente y matiza estos postulados centrándose en la construcción teórica de la estructura y la estructuración de los sistemas, por ende explica la manera en que accionar genera sucesos que tienen una consecuencia u acción en el ejercicio del poder: “las conciencias de lo que actores hacen, con intención o sin ella, son sucesos que no habrían ocurrido si tal actor se hubiera conducido diversamente, por más que el haberlos producido no hubiera estado en el poder del agente (con independencia de las intenciones que este pudo tener)” (Giddens, 1995: 28).

Con respecto a la estructuración afirma que: “significa estudiar los modos en que esos sistemas, fundados en las actividades inteligentes de actores situados que aplican reglas y recursos en la diversidad de contextos de acción, son producidos y reproducidos en una interacción” (Giddens, 1995: 38). Centrarse en la interacción implica que las acciones producidas según el tiempo y el espacio generan cambios sustanciales que están inscritos en relaciones estructuradas de poder, sin importar si estas son dadas desde el ejercicio consiente del actor en términos de su ejercicio de poder. Estas acciones no anulan la estructura, pero pueden complementar rasgos de la misma.

Para complementar esta discusión, García (2007: 209) defiende que existen cinco factores que definen el accionar de los actores: “*i*) la posición formal del actor, *ii*) sus intereses, *iii*) sus sistemas de creencias, *iv*) sus habilidades y *v*) el entorno de oportunidad en el que despliega su actuación”. Esta percepción fortalece la visión del actor como sujeto individual, y la capacidad de accionar frente a procesos sociales.

Para el análisis teórico de esta tesis me inclino hacia los postulados de Castells (2009), pues permiten un análisis que relaciona la comunicación con los procesos de dominación y el ejercicio del poder. De igual manera estoy de acuerdo con los postulados de Giddens (1984) en materia de que el análisis de las relaciones de los actores no debería reducirse al proceso comunicativo sino por el contrario, ya que “el dominio de relaciones «yo», «me», «tú», aplicado con reflexión en un discurso, tiene importancia decisiva para la competencia emergente de agentes que aprenden el lenguaje (Giddens, 1995:26). Y que por esta razón saben interactuar en los medios de las interacciones sociales, se consideran parte del proceso comunicativo, lo que implica una serie de acciones propositivas de los actores a las interacciones presentes y futuras. Finalmente, para el autor el mundo social resulta significativo, debido a que los agentes en su experiencia cotidiana producen y reproducen marcos de significado

De acuerdo con el análisis que quiero defender, considero que, aunque no se debe reducir únicamente al proceso comunicativo, este mismo si requiere centralidad en la estructura sobre todo cuando se relaciona con la idea de productos o acciones locales. En términos prácticos, este enfoque teórico me brindó herramientas metodológicas para acotar las relaciones existentes entre los actores y definir cuáles eran las relaciones centrales en la investigación.

1.1.3 Actor y comunicación

Considero que uno de los conceptos centrales de esta tesis es la concepción teórica del actor social, el cual entiendo según las tesis de Castells (2009), y la importancia que le da a la comunicación de los actores sociales, en materia de quienes generan el discurso y quienes lo reciben, acción que está ligada a un contexto en una sociedad red “ya que es mediante la comunicación como la mente humana interactúa con su entorno social y natural. Este proceso de comunicación opera de acuerdo con la estructura, la cultura, la organización y la

tecnología” (Castells, 2009: 24). De acuerdo con esto, reafirmo que el proceso de comunicación tiene este lazo fundamental entre las esferas sociales y el poder, hipótesis que también quiero defender en esta tesis.

El acto de la comunicación puede ser visto desde diferentes puntos; varios autores defienden que la comunicación está basada en el lenguaje y el proceso de memoria más que en el mensaje en sí mismo, siendo este también un proceso ligado a la experiencia, como lo afirman McDowell (2000) y Giddens (1987), quienes defienden la idea de la rememoración individual a partir del lenguaje: “Prácticamente toda experiencia humana es una experiencia mediada [...] por el lenguaje y la memoria que están intrínsecamente conectados tanto en la rememoración individual como en la institucionalización de la experiencia colectiva” (Giddens, 1997: 37).

Para complementar el concepto de comunicación basado en lo que implica el ejercicio del poder a partir del acto de recepción y creación del mensaje, también se puede pensar en el carácter transaccional del acto comunicativo; autores como García Canclini (1995: 42) defienden esta postura en la que el consumo está ligado a la comunicación: “La comunicación no es eficaz si no incluye también interacciones de *colaboración y transacción* entre unos y otros”. Este proceso trasciende los actos de dominación, punto que comparte con Giddens, pues generar redes colaborativas mientras se dan transacciones económicas es una acción que implica algo más que poder.

Finalmente, retomo la idea de García Canclini sobre el evento de transacción y colaboración en la comunicación para complementar la idea de que “el proceso de comunicación influye decisivamente en la forma de construir y desafiar las relaciones de poder en todos los campos de las prácticas sociales” (Castells, 2009: 24). Ello determina una comunicación que no solo es vista desde diferentes aristas de lo social y las relaciones de poder, sino que también está atravesada por procesos económicos globales. Este es el tipo de comunicación que pretendo desarrollar y poner a la vista con esta tesis.

1.1.4 Actores femeninos y masculinos

Aunque, como dije anteriormente, esta tesis se centra en entender los actores sociales a partir de los procesos de comunicación, para desde esa reflexión hablar de las relaciones ejercidas en ámbitos de poder y de faja dominación, es necesario para entender el contexto de esta tesis

ir un poco más allá de los postulados de Castells (2009), para hacer un doble camino en la forma de entender el actor social, que para este caso no implica hablar exclusivamente de hombres —aunque desde la óptica gramatical la palabra pueda sonar masculina—.

Aunque el autor no hace una diferenciación directa entre hombres y mujeres en su construcción, quiero dejar en claro que cuando me refiera a actor social lo haré aclarando la posición de género de este, pues a partir de esto puedo explicar cómo el contexto y las vivencias son atravesados por el género.

Considero necesario hablar teóricamente desde el concepto de actor social, pero haciendo en términos prácticos las separaciones en materia de género que considero como un: “significado simbólico y como conjunto de relaciones sociales materiales” (McDowell, 2000: 20); estas variables finalmente son inseparables, pues el género determina muchas de las posibilidades de accionar de cada actor y es por esto por lo que fue una variable de análisis de sumo flujo para este trabajo.

En términos reales lo que encontré en las relaciones familiares y sociales de los zinacantecos, los guías de turismo y de otros actores, fue un discurso construido en torno a la separación entre lo femenino y lo masculino. Para entender esto me apoyo en los postulados de McDowell entre la sociedad y los comportamientos esperados de hombres y mujeres:

Lo que la sociedad considera un comportamiento propio del hombre o de la mujer influye en la idea que ellos mismos tienen de lo que es ser masculino y femenino, y de cuál es la actitud que corresponde a cada género, a pesar de las diferencias de edad, clase, raza, o sexualidad, y estas perspectivas y estas ideas cambian de un lugar y tiempo a otro (2000:20).

Encuentro en sus discursos y la manera en que los comunica una separación directa de lo que se hace o debe hacer siendo un individuo femenino o masculino, acción que luego cumple una intencionalidad a la hora de crear jerarquías en las relaciones de acuerdo con el género.

En suma, se hace referencia constante al actor social en términos de esta tesis y se construyen interrogantes con respecto al proceso de comunicación y a las relaciones sociales existentes que siempre estarán permeadas por la diferenciación del género en el contexto y

las realidades que los atraviesan, esto en materia de las capacidades de acción de hombres y mujeres en el contexto turístico de Zinacantán (Ver anexo 1. Mapa de actores).

1.2 Trazos e hilos de poder

Hablar de poder casi se ha convertido en una sombra con la que cargamos los investigadores sociales —tal vez porque no deja de resultar atractivo desde lo teórico—, pero en definitiva describir el poder y su ejercicio solo puede ser leído de forma situada y contextual, por lo que cada contexto y sus actores forjan las aristas desde donde se pueden analizar los hilos invisibles de una posible sujeción/dominación/relación asimétrica dependiendo del autor.

El análisis de las relaciones de poder se encuentra como una base central de esta investigación, por lo que debo partir de afirmar que, para que existan relaciones de poder, un actor debe de ejercerlo sobre alguien o sobre algo, esto en un determinado contexto en los que existen redes de acción de unos sobre otros; lo anterior, siguiendo a un clásico del poder:

El poder existe solamente cuando es puesto en acción, incluso si, por supuesto, está integrado en un campo desigual de posibilidades actuando sobre unas estructuras permanentes. Esto significa también que el poder no es una función de consentimiento. No es en sí una renuncia a libertades, una transferencia de derechos, la delegación en pocos del poder de cada uno (Foucault, 1991: 83).

Es importante dejar en claro la parte de las libertades, pues solo se ejecuta el poder en tanto se es libre. Ser quien detenta el poder sobre un determinado grupo o colectividad, o ser quien cambia de parecer de acuerdo a otros no necesariamente implica estar subyugado; no se pierde por completo una capacidad de resistencia sino que se transforma de acuerdo al contexto determinado. Siguiendo a Foucault (1991: 74), es necesario tener en cuenta que el ejercicio del poder tiene el efecto de modificar las cosas y los contextos, acción que va inserta en el cuerpo y en los instrumentos que este pueda usar.

Siguiendo la línea de lo que implica el conocimiento de la libertad para una acción del poder de un actor sobre otros, es necesario también verlo desde la postura de Giddens (1997: 32): “El poder en sistemas sociales [...] presupone relaciones regularizadas de autonomía y dependencia entre actores o colectividades en contextos de interacción social”. Es necesaria la autonomía de los actores para que puedan ejecutar cambios ligados a las

decisiones de otros, acción que también pueda hacer por dependencia en una postura de desventaja.

Ya describí posturas desde donde considero que se construye el concepto de poder en general, pero este mismo se da en torno a un objetivo preciso, pues ejecutar el poder abre la posibilidad de lograr un cambio o producir uno, y con la posibilidad de lograr un objetivo o una meta se abren los procesos de acción para poder replantear las decisiones de otros:

...adquirir el poder para actuar en los procesos sociales significa necesariamente intervenir en el conjunto de relaciones de poder que enmarcan cualquier proceso social y condicionan el logro de un objetivo concreto. (Castells, 2009: 36)

Lograr este objetivo puede mover y cambiar el panorama de ciertas relaciones sociales; existen cambios sutiles que no son siquiera percibidos en donde muy rara vez otros actores logran notar que este cambio fue parte de una decisión individual, y por otra parte, existen cambios o decisiones en tan alto espectro que toda una red de actores nota un cambio y sabe que fue parte de ese proceso decisivo, sin notar que hubo cierta coacción colectiva para ejecutar un objetivo.

Para determinar mi postura con respecto a las implicaciones de leer las relaciones sociales en clave del ejercicio del poder, dejo en claro que, aunque me inclino por la postura de Castells (2009) en tanto me permite hablar teóricamente de la función de la comunicación y el mensaje para leer relaciones sociales que suelen estar en cierta desventaja unas de otras, en términos teóricos esta visión tiene algunos vacíos que pretendo solventar apoyándome en algunas variables manejadas por otros autores.

Aunque hable de esta comunicación y su función alrededor del poder, necesito complementarla con cuestiones centrales como las que defiende Foucault (1991), pues el poder se debe poner en acción para que exista y además esto nunca implica que los actores renuncien necesariamente a sus libertades; en caso tal de que renunciaran, ya no hablaríamos de poder sino de algo más compatible con la dominación. Por esta misma línea retomo de Giddens (1997) la importancia de hablar de autonomía y dependencia, pues desconocerla en los actores implicaría una lectura plana de sus relaciones en las que no existe forma de salir

de ciertas relaciones o de resistirse; con esto pretendo retomar de forma más concreta lo que entiendo por poder en materia relacional.

El autor también retoma de Parsons y Foucault de forma muy ligada a esta tesis la lectura del poder como “una propiedad de la sociedad o de la comunidad social” (Gidens,1995: 31). Lo anterior, también implica que en los contextos de interacción social de poder en sistemas sociales se necesita de “relaciones regularizadas de autonomía y dependencia entre actores o colectividades” (Gidens,1995: 32).

Por esto, desde la perspectiva de Giddens (1995), todos los individuos son agentes en la medida que son producto de la estructura social y que las sociedades humanas existen gracias al obrar humano, es decir, todos los agentes están dotados del poder de actuar, nadie está exento de poder, aunque este se posea de forma desigual.

La postura de Giddens será enlazada con la forma en que todos los actores efectúan un tipo de poder sin importar su condición u posición de prestigio social al interior o exterior de las Casas de Tejidos.

De igual forma no trabajo únicamente con los postulados de Foucault, pues reconozco que se queda en una lectura muy institucionalizada del poder, argumento que comparte Castells (2009) cuando describe la dominación ligada a la institucionalidad para luego afirmar que el poder es relacional. También Foucault desarrolla gran parte de su trabajo describiendo procesos violentos más visibles y otros no tanto, pero no podría retomar ese enfoque pues no es el punto central de este trabajo ya que no considero la violencia en sí en estos términos. El autor en su análisis deja algunas posibles formas de resistencia a las estructuras institucionalizadas, pero esta fortaleza de la institucionalidad se ve cada vez más difusa, pues las relaciones que encontré en Zinacantán trascienden las estructuras clásicas incrustadas en las instituciones de la Iglesia, la cárcel, el Estado y sobre todo de la familia.

Es por esto que al final quiero manejar el concepto de las relaciones de poder a partir de las interacciones de los actores sociales y sus capacidades relacionales en contextos específicos, donde reconozco y marco sus libertades para poder generar lecturas de sus decisiones y las estructuras establecidas que no solo siguen sino que respetan, llegando a la lectura general de que:

El poder es la capacidad relacional que permite a un actor social influir de forma asimétrica en las decisiones de otros actores sociales de modo que se favorezcan la voluntad, los intereses y los valores del actor que tiene el poder (Castells, 2009: 33).

Quisiera también dejar en claro que no hago referencia a un solo actor en el poder, sino de las diferentes formas en que los contextos mueven a los actores, y a partir de estos toman decisiones ligadas a su capacidad y ejercicio del poder, por lo que la idea de una hegemonía que controla todos los contextos que pretendo analizar no es relevante para esta tesis, que hace énfasis en el poder en lo relacional.

1.3 Relaciones de género y del ejercicio del poder

La mayoría de las relaciones que analizo en esta tesis se dan entre mujeres y hombres, quienes desde sus posibilidades de acción ejercen el poder sobre otros; hago esta distinción porque es claro para mí que las acciones analizadas están permeadas por el género, basadas en sus contextos con las posibilidades que tienen las mujeres y hombres de tomar decisiones vinculantes o de seguirlas según sea el caso.

Aunque las capacidades de accionar lleguen a ser desventajosas para unos más que para otros, quiero mostrar que estas posiciones no solo son permeadas por el género, sino que existen otras variables que unidas al género condicionan la forma en la que se construyen las estructuras de poder. Para esto es necesario partir de una lectura del poder ligada al género como rasgo distintivo, que junto con las variables encontradas en campo fijan posiciones más estructuradas. Sostengo que si resumiera las relaciones al hecho de que los actores sean hombres y mujeres, solo simplificaría el contexto mismo y dejaría por fuera las variables que, agregadas al género, forjan la realidad del turismo en Zinacantán.

Uno de los pilares del ejercicio relacional del poder y el género es la división sexual del trabajo, siguiendo lo que McDowell (2000) determina como *nueva división internacional del trabajo*, según lo cual existen varios problemas de fondo para analizar desde las resistencias y los seguimientos a un orden establecido a partir del género. Esto también implica un análisis de la forma en la que el género y la nueva división internacional del trabajo, atraviesan el concepto de familia patriarcal dirigida por un hombre heterosexual quien provee de alimento y una mujer que provee el bienestar. Por ello hablaré del nuevo juego de estos roles ligados a la producción y al bienestar, en donde encuentro que se cumplen

nuevas tareas, y con esto quiero analizar postulados como: “La organización patriarcal de la familia obliga a la mujer a valorar la organización flexible de su trabajo profesional como única manera de compaginar familia y obligaciones laborales” (Castells, 2009: 58).

Aunque es un hecho que la flexibilidad profesional es cada vez más visible, existen varias otras formas en las que se ha empezado a compaginar la familia y lo laboral. Para que esto pasara fue necesario que existiera una estructura familiar que se transformara y permitiera nuevos contextos que unen lo económico, lo familiar, las nuevas necesidades y la forma de obtenerlas en un contexto globalizado donde las decisiones son atravesadas por relaciones de poder en lo micro.

1.4 Movimientos y flujos económicos en el turismo

El contexto general de las Casas de Tejidos, lo analizo desde las condiciones del turismo y la forma en la que este no solo moldea espacios existentes, sino que determina relaciones de poder entre actores sociales. Para ello quiero analizar el turismo desde un enfoque teórico ligado al carácter económico y global del mismo.

Aunque por supuesto el contexto turístico que analizo está ligado a variables étnicas, de género y del discurso artesanal, es necesario reconocer que el turismo que maneja estas variables ya se encuentra presente en muchas regiones del mundo por lo que, analizarlo como un componente de las redes globales del poder, permite descifrar las formas en las que un proceso que sucede al mismo tiempo en otros lugares cambia o mantiene el modo de hacer una actividad turística en Zinacantán.

Por lo que para hacer hincapié en esto quisiera, como parte de esta tesis, revisar las formas en las que los discursos del turismo se dan a partir de flujos económicos que se encapsulan en objetos como la artesanía para mantener un discurso, acción que no solo pasa en Chiapas, sino que es usado en todo México y Latinoamérica.

1.4.1 Capitalismo y redes turísticas

Para hablar del mercado turístico y la forma en la que el mismo genera relaciones, realidades y cambia espacios, es importante situarlo dentro de un gran conglomerado económico que los investigadores sociales trabajan con mucha frecuencia y es el sistema económico capitalista.

El capitalismo como sistema económico es visto desde diferentes posturas; las relaciones internacionales manejan una triple lectura de las relaciones entre estados: 1) Realismo, 2) Idealismo, y 3) Marxismo; la tercera está muy ligada a las relaciones más abiertas en materia de intercambio económico y cómo esta deja por fuera el papel mismo de los Estados nación.

Centrado el análisis en el capitalismo como el sistema económico que rige no solo el contexto mundial sino el contexto local indígena de esta tesis, lo entiendo como aquello que: “se organiza de manera más ajustada a través de la diversificación, la movilidad geográfica y la flexibilidad de los mercados de trabajo, los procesos laborales y los mercados de consumo, todo esto acompañado por fuertes dosis de innovación institucional, productiva y tecnológica” (Harvey, 1990: 183). En especial porque precisamente esta tesis se incrusta en las posibilidades que apertura el capitalismo en termino de movilidad geográfica de los turistas y la innovación local por parte de familias indígenas.

Esto también considerado desde el declive o la ruptura de las relaciones entre el poder financiero y el estatal, lo cual es bastante evidente en México, en específico en la ausencia de regulaciones estatales en el mercado de las artesanías, pero sobre todo en el fortalecimiento que ha tenido un proceso económico local a partir de acciones en el mismo, como lo explica Harvey:

Por supuesto, siempre existió, bajo el capitalismo, un delicado equilibrio entre el poder financiero y el estatal, pero el fracaso del keynismo-fordismo, evidentemente, significó un desplazamiento hacia el fortalecimiento del capital financiero frente al Estado nacional (...) la significación de todo esto se vuelve aún más evidente si se la sitúa en el contexto de la acelerada reducción de los costos del transporte y las comunicaciones, gracias a la introducción de los contenedores, los transportes de carga jumbo-jet y las comunicaciones satelitales, que permiten comunicar instantáneamente a cualquier parte del mundo las instrucciones sobre producción y diseño (1990: 189).

Cuestiones como el transporte y la comunicación han acelerado los procesos productivos locales y han acelerado de igual forma la manera en la que se comparte la información de su existencia a partir de las redes de turismo, que funcionan de manera paralela al sistema de transporte y comunicaciones, estos sistemas de igual manera han potenciado la capacidad de

la subcontratación organizada en la formación de empresas con sistemas de trabajo doméstico:

La subcontratación organizada ofrece oportunidades para la formación de pequeñas empresas y, en algunos casos, permite que los viejos sistemas de trabajo doméstico, artesanal, familiar (patriarcal) y paternalista (del tipo del padrino, del gobernador o de la mafia) revivan y florezcan como piezas centrales, y no ya como apéndices del sistema de producción. (Harvey, 1990: 175)

Aunque la contratación sí es familiar y doméstica, no necesariamente seguirá ceñida al sistema paternalista patriarcal, pues justamente el mismo sistema económico y la manera en la que se ha venido habilita la posibilidad de ir en contrasentido, pensándose empresas domésticas guiadas por un sistema matriarcal con poder decisorio sobre la familia y la construcción económica familiar.

El propósito de esta tesis no es hacer un análisis de las formas en las que ha perdido fuerza la idea de Estado nación, ni tampoco afirmar que por ende todos los individuos somos habitantes del mundo, sino por el contrario, encontrar un punto medio entre estos dos que posicione el lugar de las redes turísticas entre el Estado y los ciudadanos del mundo.

Para dar cabida al turismo en un sistema mundo ligado a redes económicas, es necesario localizar el papel del mercado financiero, entendiendo que este cada vez funciona menos de manera controlada por el Estado y se encuentra más enmarañado en nuestros intercambios de dinero físico y digital, puesto que “el mercado financiero global funciona solo en parte de acuerdo con las reglas del mercado” (Castells, 2009: 61). Aunque las reglas del mercado son aparentemente claras en materia de oferta y demanda de productos o servicios, la idea es revisar aquello detrás de la oferta de un servicio a un mercado global.

Para generar un puente entre en el bagaje teórico que he presentado y este sistema económico que aunque difuso está presente en todas nuestras relaciones, es necesario volver al foco de la comunicación y su relación con la cultura, por lo que para esta parte empiezo el análisis de esta triada de comunicación, cultura y capitalismo, partiendo de la tesis de Castells: “La cultura global es una cultura de la comunicación por la comunicación. Es una red abierta de significados culturales que pueden no solo coexistir, sino también interactuar y modificarse mutuamente” (Castells, 2009: 68).

Con ello quiero analizar estas posibilidades que permiten la comunicación de compartir un mensaje ligado a un asunto cultural, y la forma en la que en el deseo de interactuar con el mismo se abren las posibilidades de mostrar un mensaje cultural dirigido al forastero, quien lo recibirá como algo completamente novedoso. En tanto, las posibilidades de modificación van ligadas a los caminos para adquirir un capital económico que permita cambiar el mensaje cultural y mostrarlo más llamativo.

Efectivamente, aunque el mensaje pueda compartirse dentro de una estructura permeada por redes económicas y deseos persistentes de conocer la otredad de manera fácil y eficaz, es importante no dejar de lado que aunque el producto sea vendido a nivel global, la experiencia que lo construye continua siendo local y está anclada a un contexto lleno de figuras comunes para quienes lo habitan, pues “la experiencia humana es local, tanto en sentido territorial como cultural” (Castells, 2009: 52). Además, en ella recaen las formas de presentar y mantener un producto que continúe siendo constante en un mundo de permanente cambio.

Esto no quiere decir que todos los actores están preparados para este cambio sino que, de acuerdo con Néstor García Canclini, estamos viviendo este tránsito entre ciudadanos de un Estado a consumidores de una sociedad capitalista; por ello, la capacidad de adaptaciones de los elementos culturales para situarse como producto en un mundo globalizado, ha sido un gran reto para quienes han querido asumirlo, y esto implica aceptar nuevas reglas como el hecho de que “las manifestaciones culturales han sido sometidas a los valores que ‘dinamizan’ el mercado y la moda: consumo incesantemente renovado, sorpresa y entretenimiento” (García Canclini, 1995 :17).

Ceñirse al cambio ligado al sistema económico en el que vivimos, de ninguna forma implica la renuncia a las costumbres culturales ni a sus representaciones; significa la posibilidad de dinamizar un orden cultural y acoplarlo a un producto del que se pueda obtener un beneficio económico directo que garantice no solo la supervivencia de unas familias, sino las posibilidades de libertad financiera y personal para algunos actores.

En materia de la espacialidad, por lo general se dan cambios en las formas de habitar los espacios, si estos mismos tienen como fin último una idea de transacción económica, que se encuentre ligada a un producto que para este caso de estudio es de amplio alcance cultural;

con ello “es evidente la explosión de una arquitectura financiera, informática y turística que ha cambiado el paisaje urbano en varias zonas” (García Canclini, 1995: 71). El cambio de este paisaje por supuesto que ha fomentado disgustos y diferentes posiciones, pero es un cambio que no solo se encuentra en la urbe sino que cada vez lo encontramos en zonas más distantes de la ciudad, y que no siempre ha sido impuesto sino por el contrario ha salido de propuestas de la comunidad.

Para esta parte hablaré del capitalismo en tanto las reglas del mercado global, unido a las posibilidades de los actores en materia de oferta y venta para una sociedad basada en el consumo que mantiene un constante interés en productos que pretenden representar una cultura específica y local.

1.4.2 Redes para el producto artesanal

La exposición de una cultura en el formato de un producto suele estar ligada con la idea de lo tradicional en el carácter local; aquellos productos que se encuentran inscritos en el día a día de una comunidad, una ciudad o un paraje indígena, la idea de intimar con la tradición ajena y llevar un recuerdo de esta, mueve la idea misma de la red turística en el mundo globalizado.

Para efectos de este trabajo considero la relevancia de la tradición en la artesanía no como el proceso histórico, iconográfico y personal que pueda llevar una pieza, sino con el “sentimiento de solidez de las cosas que combina típicamente elementos cognitivos y morales” (Giddens, 1997: 67). Siguiendo a este autor, considero que este sentimiento y sus elementos cognitivos y morales ligados a la idea de la tradición o lo tradicional⁴ son lo que hace que la pieza tenga un carácter único y además que económicamente tenga un peso; esto en tanto no solo es la pieza en sí sino un pedazo tangible de una cultura o unos recuerdos físicos que pueden venderse a quien esté interesado.

Para que el producto continúe manteniéndose llamativo es necesario tener posibles consumidores del servicio y del producto, por lo que siguiendo a García Canclini (1995: 43), es el momento del consumo y del disfrute del producto en el que se cierra el ciclo iniciado al

⁴ Los conceptos de tradición y tradicional serán usados de forma indistinta en esta tesis.

crear el servicio donde se mueve el capital y además se reproduce la fuerza de trabajo, que para este caso es una fuerza de trabajo mayoritariamente femenina que trabaja desde un contexto local creando productos enlazados a su cultura y es este mensaje el que vende los productos.

Para esta tesis tengo en cuenta que el producto y los servicios se encuentran atravesados por una serie de actores en constante movimiento, los cuales moldean el formato de la demanda, pues expresan a quienes la fabrican cuáles son sus deseos de adaptación de una pieza y un servicio a sus necesidades: “El modo en que la atraviesan migrantes y turistas, mensajes y bienes procedentes de otros países, construimos más intensamente lo propio en relación con lo que imaginamos sobre los otros” (Castells, 1995: 74).

Es por ello que, aunque siguiendo al autor los bienes se encuentren atravesados por posiciones varias, en las que al ligarlo con lo local hace que sea más llamativo a quien lo desconoce, por supuesto que los cambios ligeros en el formato son necesarios para mantener el producto en circulación, pero reafirmar aspectos ligados a lo tradicional o local hace que este también aumente su valor.

Esto no quiere decir que todos los productos artesanales ligados a la tradición mantengan un vínculo directo con una artesana, sino que precisamente esto ha cambiado la forma de ver el producto entre aquel que tiene el lazo y el sello de ‘hecho a mano’, y aquel que se nota ha sido maquilado en una red de fábricas con carácter global, por lo que solo el primero logra mantener este vínculo con lo tradicional y el sentimiento de solidez moral, mientras que el producto rápido mantiene la forma rápida de acercarse al servicio del turismo.

Finalmente, esta forma de construcción del producto, sobre la idea de lo tradicional y además de los resultados de su intercambio en materia del consumo, son las formas en que quiero analizar el movimiento de la artesanía que sale de las Casas de Tejidos, dejando a un lado discusiones sobre sus características físicas o únicas y entrando a la idea del producto en constante movimiento en una red global, pues: “La globalización y el nacimiento de la sociedad red, dependen de redes de comunicación que procesan el conocimiento y las ideas para crear y destruir la confianza, la fuente decisiva de poder” (Castells, 2009: 41). En la confianza en el producto recaen muchos de los dilemas y los problemas relacionales que encontré en Zinacantán.

Para reafirmar lo que he dicho en este paradigma teórico con el que revisaré el contexto turístico y social de las Casas de Tejidos en Zinacantán, dejo mis posturas de análisis: 1) Retomo la idea de espacio y lugar basándome en lo físico y en lo socialmente construido; 2) Trabajo con el concepto de actor social, porque me permite un análisis desde el elemento de la comunicación; 3) Analizaré las relaciones de poder en tanto una relación que se ejerce sobre actores que son conscientes de su plena libertad y autonomía; las relaciones de poder no las limitaré al género pues encuentro una amalgama de otras variables que limitan las relaciones y el seguimiento de normas; 4) Estas relaciones y sus contextos los encuadro en un contexto económico capitalista ligado a un mercado global, donde los consumidores buscan un objeto y un servicio que, en este caso, las Casas brindan de forma directa al forastero. Este marco teórico se llena de sentido debido a que fue la ruta de seguimiento de las herramientas prácticas utilizadas en campo para llegar a las respuestas de mis interrogantes.

2. Marco metodológico

En esta sección de marco metodológico, dejaré descrita la forma en la que llevé esta investigación con enfoque etnográfico y cómo entiendo la etnografía en espacios cotidianos, para este caso la Casa junto con mis acercamientos y avances en el caso de estudio. También describo las técnicas de investigación y las razones que me llevaron a aplicarlas; las técnicas a las que hago referencia son la observación participante pilar de mi trabajo de campo, entrevistas semi-estructuradas, cartografías de espacios cotidianos y al final resumo su uso y trabajo de acuerdo con los objetivos de esta tesis.

2.1 Etnografía de una casa Zinacanteca

Para iniciar con este apartado metodológico es necesario entender por qué esta investigación es planteada como una etnografía, y las razones por las que la planeación, el trabajo de campo y la sistematización de datos se dieron con un enfoque etnográfico, predominando los datos en materia de relaciones jerárquicas, costumbres familiares y relaciones económicas entre mujeres de Zinacantán, guías de turismo y agencias turísticas.

De acuerdo con la postura de que las razones que no solo me impulsaron a hacer esta investigación, sino que me permitieron ejecutarla, se dieron a partir de entender la etnografía

en primera instancia como un proceso que, aunque no lineal, se encontraba plenamente organizado y con pautas de trabajo previas y posteriores; es por ello que en una primera instancia entiendo el trabajo etnográfico de la siguiente manera:

El estudio de las sociedades y sus culturas: qué hacen, cómo lo hacen, cómo se organizan, cómo interactúan, qué creencias, valores y motivaciones tienen. Es decir, se centran en analizar, describir y comprender las diferentes formas de vida de las personas. (Cotán, 2020: 99)

La etnografía también tiene un amplio elemento descriptivo que puede también ser entendido como una capacidad del investigador de dejar en prosa todos aquellos eventos que visualizó previamente, dándole cierta voz a las personas con la que convivió, y además situándose estratégicamente en el relato puesto que “la etnografía como metodología, como encuadre, estaría definida por el énfasis en la descripción y en las interpretaciones situadas” (Restrepo, 2016: 32).

La descripción e interpretaciones solo pueden ser dadas en tanto la investigadora se exponga hasta cierta medida a los lugares que analiza, se acerque, pregunte, entienda palabras básicas de un idioma diferente al suyo, pues: “Esta exposición tiene dos caras: los mecanismos o instrumentos que imagina, crea, ensaya y recrea para entrar en contacto con la población en cuestión y trabajar con ella, y los distintos sentidos socioculturales que exhibe en su persona” (Guber, 2001:7).

Aunque estoy de acuerdo con la autora, considero que la exposición previa del investigador configura la posibilidad de entrar en contacto con la población siguiendo instrumentos planeados previamente, pues en tanto existió un contacto previo pueden salir nuevas variables para los instrumentos, que permitan acercarse a la población de una forma menos forzada.

De igual forma, describir desde el observar y situarse como investigador, no resta de ninguna forma la rigurosidad teórica de la forma en la que se plantea la investigación, ni los acercamientos a la comunidad de estudio, ni mucho menos la rigurosidad moral de acercarse a quienes luego puedan ser presentados como informantes. Por el contrario, este camino abre la posibilidad de un acercamiento más fructífero a las descripciones y teorías sobre la vida

cotidiana y los significados de quienes habitan ciertos lugares practicando costumbres directas:

Como los estudios etnográficos se refieren a descripciones sobre esas relaciones entre prácticas y significados para unas personas sobre ciertos asuntos de su vida social en particular, esto hace que impliquen comprensiones situadas [...] situadas también porque dependen en gran parte de una serie de experiencias sostenidas por el etnógrafo en un momento determinado. (Restrepo, 2016: 17)

El carácter situado lo rescato en términos del autor en tanto habilita también cierto análisis que puede darse entre la proximidad del investigador con el contexto o desde la diferencia, en donde se pueden entretejer puentes con la teoría y el análisis, sin dejar por fuera la experiencia misma del vivir el contexto desde un cuerpo humano situado, que siente, respira, come y analiza el proceso externo. El reto se encuentra en el camino de romper con el ver lo diferente como exótico, y en leer los cambios sociales sin describirlos únicamente desde un proceso romántico de la experiencia.

Por ello, finalmente, la etnografía fue trabajada en esta investigación como un método en donde se sitúa la investigadora en medio de un proceso de observación y análisis, con fines estratégicos delimitados en materia de descripción que explica las formas de vida y del accionar de las personas en contextos específicos, porque de igual forma se puede comprender desde una doble vertiente:

Por un lado, la conciben como un método de investigación que centra su objetivo en el estudio de las unidades sociales con el fin de describir, reconstruir e interpretar la realidad desde un punto de vista analítico de la cultura, formas de vida y estructura social del grupo estudiado. Y, por otro lado, es entendida como el producto que surge a través del proceso de investigación. (Cotán, 2020: 87)

Hago referencia a los autores anteriormente citados, pues fueron quienes guiaron mi camino como investigadora social, siendo en primera instancia los razonamientos de Guber (2001) los que me acercaron a la etnografía, para luego centrarme en la observación participante y la línea de Restrepo (2016), quien retoma a Guber, para desde ejemplos aplicar la teoría y esclarecer vacíos sobre la práctica. Paralelamente, la aproximación de Cotán (2020) permite de forma parcial diluir esta diferenciación entre el método y la prosa que suelen ser difusos al hablar de etnografía.

Ya desde el ejercicio práctico de esta tesis, seguir los ejemplos de Restrepo (2016) sobre el trabajo de campo y la posibilidad que habilita la etnografía para auto situarme, me impulsó a escribir esta tesis con este formato. En mi trayectoria académica solo había tenido experiencias escribiendo desde una posición invisible en prosas institucionales o teóricas desde la voz de otros, por lo que en principio situarme desde herramientas como el diario de campo fue novedoso, y me prestó la comodidad de entender que lo que escribía estaba ligado a mi presencia en campo, lo que finalmente tuvo un valor estratégico que debo admitir que me unió de manera profesional a mi trabajo como investigadora y pretendo compartir con el lector un poco de esta experiencia.

2.2 La etnografía en espacios cotidianos

Para referirme a la etnografía y las técnicas de investigación es importante dejar en claro que esta etnografía se hizo en un espacio doméstico como lo es la Casa de Tejidos. Hacer visitas a una Casa que luego se va convirtiendo en un núcleo de estudio es algo que los investigadores sociales ya han hecho con bastante “naturalidad”.

Al recordar que la etnografía no tiene una linealidad establecida, es posible conocer una Casa, luego conocer la comunidad, e ir a otras cosas y estar en la construcción de este conocimiento holístico observando mucho de lo que son las costumbres, las prácticas, los hábitos individuales y sociales, las relaciones jerárquicas y otras tantas acciones necesarias para vivir o conocer una comunidad desde el habitarla, ya sea ocasionalmente o residiendo en la misma.

El primer paso en campo son las visitas: pueden durar entre dos meses y dos años; algunas son permanentes, es decir, que el investigador se queda viviendo en la comunidad en específico en la casa que lo recibió; en otros casos las visitas se hacen de forma diaria o con ciertos días de diferencia: en los dos casos el investigador continúa manejando su diario de campo, y en otros tantos, dependiendo del contexto, hace el esfuerzo de hablar el idioma de su comunidad de estudio.

De acuerdo con la cantidad de meses o años que logre estar en la comunidad, el investigador puede en algunos casos entrar a varias unidades domésticas de manera permanente y generar diferenciaciones de las experiencias al interior de cada una de ellas;

esto depende también de variables como el tiempo, el tipo de investigación, el carisma del investigador y la confianza que pueda generar.

Los temas que se tratan dentro de los espacios domésticos son bastantes variados por lo que me atrevo nombrar los estudios más comunes en casas zinacantecas como lo son: la arquitectura, las relaciones al interior, al exterior, la alimentación, relaciones de género, usos y costumbres y en algunos casos estudios más detallados permeados por contextos específicos.

Los antropólogos e investigadores sociales han forjado de forma interesante el acercamiento a las unidades domésticas y sus habitantes, y mucho se ha dicho sobre la relación directa entre lo que pasa en lo íntimo y lo que se expone en sociedad, como que revisando las Casas se pueden conocer las comunidades donde están las mismas.

2.3 Etnografía de estudio: acercamientos y limitaciones

Cuando decidí llevar el proceso de investigación construido desde los postulados etnográficos, hice una planeación de los procesos en campo de acuerdo con los objetivos y sobre todo a mis acercamientos con los actores estratégicos; para ello tomé en cuenta que el proceso etnográfico, aunque se configure desde una perspectiva lineal, tiene la posibilidad de moverse entre el punto de inicio y acciones como el análisis de resultados, lo que me permitió mayor naturalidad al acercarme a campo.

La planeación, ejecución y escritura de esta etnografía se dio desde tres bloques de trabajo: el primero fue todo aquello basado en los trabajos de acercamiento al contexto de las Casas de Tejidos; en este bloque se encuentran las visitas exploratorias como turista, el trabajo en una cooperativa de mujeres que hacen tejidos, los contactos con los guías después de cada viaje a Zinacantán, y se culmina este bloque con un mapeo general de actores.

El segundo bloque fue todo aquello basado en la planeación y ejecución de las técnicas de investigación y del trabajo de campo de lleno; en este bloque me encargué de escribir y reescribir las guías de observación y de entrevistas, teniendo en cuenta que de la guía de observación también salieron las cartografías de Las Casas de Tejidos. Mientras construía las guías, iba adelantando las visitas a campo y logré coincidir y empezar mi trabajo de campo diario en la Casa de la familia González. Luego de tener las guías comencé a

ejecutarlas y a trabajar más desde una observación con enfoque mayormente participativo pues encontré la viabilidad de esto con mi trabajo.

El tercer bloque fue dedicado a la sistematización y escritura de la tesis, pero con herramientas que habían sido construidas previamente, como el diario de campo de forma escrita y digital; también fue de gran apoyo el archivo fotográfico que fui recogiendo desde mi llegada a Chiapas. En esta etapa se dio más el proceso reflexivo y de análisis de datos etnográficos y teóricos, y de igual forma en el tiempo dedicado a esto, opté por terminar dos entrevistas que me parecían decisivas para la investigación y la digitalización de las cartografías.

El proceso etnográfico basado en tres bloques de trabajo mantuvo orden desde la fase de acercamiento hasta la de escritura, pero no necesariamente linealidad, puesto que también el mismo trabajo de campo reconfigura la posibilidad misma de replantear acciones planeadas desde un inicio, como el mapeo de actores que empezó de manera muy amplia y terminó muy acotado, o el acervo de la guía de observación que iba creciendo conforme me acercaba a la cotidianidad de las Casas. Los formatos como las guías de entrevista tuvieron que hacerse diferentes para cada actor y para las mujeres que entrevistaba según mi proximidad con ellas, ya que con las que había generado un vínculo mayor se sentían más cómodas teniendo conversaciones fluidas de sus vidas con preguntas muy puntuales.

Finalmente, el proceso terminó siendo una estratégica holística y llamativa de estructurar, debido a que se siguió la norma, pero con pasos y retrocesos, no solo en la planeación y el trabajo de campo sino en la escritura misma, como se puede observar en el Anexo 2 (Caracol metodológico).

Las técnicas de investigación utilizadas en inicio se dieron de forma automática ligada a los objetivos de esta investigación, y terminaron reconstruyéndose en tanto encontraba nuevos datos y fortalecía conocimientos del contexto y de las estrategias investigativas; también se iban puliendo de acuerdo con mi proximidad a los actores y a otras variables que iban surgiendo. A continuación, se explican las técnicas utilizadas, la justificación de su uso y el proceso de ejecución.

2.3.1 Observación participante

La primera técnica de investigación con la que se inició fue la observación participante. Se hizo de manera exploratoria centrada en detalles, y luego fue ejecutada de manera planeada con una guía de observación en mano y concentrándome en aquellos aspectos que consideré de relevancia para los objetivos de esta investigación.

Para efectos de esta tesis entiendo la teoría de la observación participante como la posibilidad de convivir en un entorno parcialmente desconocido en el que se puedan ir ejerciendo de manera paulatina trabajos de ese contexto específico, para que desde lo observado se genere información de lo que se vive y lo que se observa, esto siguiendo a Restrepo (2016):

La observación participante consistiría en vivir [...] por un periodo suficientemente largo en el que el etnógrafo pueda participar en la realización de los trabajos [...] y así desde la experiencia propia y la observación directa conocer de primera mano lo que se investiga. (2016: 31)

Para ello también es necesario que la observación se haga con objetivos precisos y además con postulados teóricos claros, para no hundirse en el mar de información que puede implicar llegar a una Casa a observar su vida diaria por horas, sin tener en claro qué se quiere ver.

Es importante solo organizar el objetivo de observación y a partir de este decidir si se puede optar por una participación activa, que implique una mayor conexión con el espacio de observación y quienes lo habitan; por ello la observación participante tiene un doble ejercicio que resulta ser muy efectivo para quienes lo aplican: “A pesar de esos ‘grados’ de participación, lo interesante de la observación participante es que involucra un doble ejercicio para el etnógrafo: mientras que la observación sugiere distancia, la participación sugiere proximidad” (Restrepo, 2016: 40).

Pasando al caso concreto de esta tesis, apliqué la observación desde mis visitas y la registré en un diario de campo donde iba anotando aquellas cosas que creí novedosas, las cuales ligaba a mis objetivos; también anotaba con especial énfasis aquellas situaciones que solían llamar mi atención ya que “Sin diario de campo los ‘datos’ se pasean frente a las narices del investigador sin que este tenga cómo atraparlos, organizarlos, y otorgarles sentido para su investigación” (Restrepo, 2016: 45). En varios casos iba anotando aquellas palabras

en tsotsil que se repetían de manera muy enfática, y anotaba mis comentarios con respecto a mi curiosidad por atuendos, actitudes y reacciones de las personas que estaban en el tour y luego en las Casas que iba visitando y conociendo.

2.3.2 Consideraciones sobre mi posición en campo

Para conocer las Casas de Tejidos y adentrarme en una de ellas de manera diaria y desde diferentes posiciones, primero hice acercamientos como una turista —para este caso colombiana haciendo uso del acento—, lo que me llevó a conocer tres de las Casas que analizaré en esta tesis. Entraba a cada una de estas Casas para hacer el tour en los términos propuestos por los guías, por lo que conocí el recorrido en cada Casa identificando similitudes y diferencias desde mi diario de campo. Luego de conocer y vivenciar el tour como turista, decidí acercarme a la Casa que me causó mayor interés por su organización familiar, donde pedí permiso para visitarla a diario.

Les comenté a las artesanas sobre mi trabajo de campo y de investigaciones previas que habían sido realizadas en su Casa, como elemento para generar confianza conmigo; a partir de los buenos recuerdos que tenían de otra investigadora abrieron su Casa y su intimidad, permitiéndome visitarlas a diario.

Todo el proceso etnográfico lo vinculé desde lo que llamaré una triple posición: 1) Como turista, 2) Como estudiante, 3) Como vendedora. En los tres casos, mis visitas eran acompañadas de los diarios de campo y en algunos casos de mi grabadora; en ocasiones no me limitaba a la observación, sino que propuse una participación más activa siguiendo a Guber (2001) que, aunque no fuera propositiva, entraba en las dinámicas propuestas por las mujeres que allí trabajaban: “La observación participante consiste en dos actividades principales: observar sistemática y controladamente todo lo que acontece en tomo del investigador, y participar en una o varias actividades de la población” (2001: 57).

A la Casa de la familia González acudí a diario entre finales de abril y principios de junio; luego empecé a ir los sábados entre agosto y septiembre. Revisé lo que pasaba diariamente y me di cuenta de que se necesitaban más manos para vender, saludar, cocinar y recibir la cantidad de turistas que llegan de manera intensa entre las 9:30 am y las 5:00 pm, por lo que decidí que en lo que mejor podía ayudar era vendiendo, y eso hice durante un rato

hasta que decidieron que era mejor que vistiera con traje zinacanteco para generar mayor confianza al turista.

Es necesario tener en cuenta que mi involucramiento vestida como zinacanteca vendedora⁵ también tuvo fines económicos directos para las familias, y por ende era completamente necesario que me enseñaran los precios y cada fase del recorrido a los turistas, pero sobre todo que ayudara a ofrecer los productos justo después de la explicación del telar; algunas de las mujeres me recomendaban que me hiciera a su lado por si tenía dudas, pero en caso de que me moviera, tenía que procurar hacer una venta en la mesa que tuviera cercana.

Eso hice: observé para participar, considerando que “Las herramientas son la experiencia directa, los órganos sensoriales y la afectividad que, lejos de empañar, acercan al objeto de estudio” (Guber, 2001: 60). Me vestía con falda bordada, blusa de flores y sandalias, y apenas llegaba ayudaba a las mujeres a vender; en ese proceso de venta me acerqué a los turistas e incluso se tomaron fotos conmigo (Anexo 2. Etnografía en triple posición).

Finalmente, tuve varias perspectivas desde donde hice etnografía; una primera como turista colombiana acompañada de un guía, segundo como turista visitante en Zinacantán, y tercero como vendedora de artesanías zinacantecas para finalmente poderme acercar a hacer una etnografía de un espacio cotidiano atravesado por el turismo. En conclusión, las distintas posiciones en las que hice observación participante me permitieron conocer desde diferentes ángulos las Casas, y sobre todo la Casa de las hermanas González.

2.3.3 Entrevistas semiestructuradas

Después de aclarar la forma de observación, los sistemas categoriales, los actores y el espacio turístico en sí, paso a la propuesta de trabajo de campo sobre las entrevistas, que entiendo como: “una relación social, de manera que los datos que provee el entrevistado son la realidad que este construye con el entrevistador en el encuentro” (Guber, 2019: 71), donde su

⁵ Las mujeres que me pidieron que las ayudara a vender vestida de zinacanteca, me presentaban ante los turistas como su sobrina, ya que afirmaban que por mi color de piel no les creían que yo era hija de ellas.

ejecución llevó ciertas pautas de trabajo con el fin de generar un espacio seguro y cómodo para ambas partes, esto siguiendo los postulados de Restrepo (2007: 5), quien determina que se debe explicar a qué se debe la entrevista, el tema, el lugar y el tiempo, acompañada de la presentación del entrevistador.

En los primeros procesos de trabajo de campo hice entrevistas semi-estructuradas, acompañadas también de conversaciones informales con los actores ya determinados, esto a partir de Guber (2019: 75), pues intenté “seguir los datos que me brinden e identificar las categorías y los espacios que debo ir visitando”. Y efectivamente, las primeras conversaciones informales y entrevistas me ayudaron a nutrir los siguientes formatos de entrevista y a ser más abierta a la hora de empezar conversaciones informales que, luego de pedir permiso, llegaban a convertirse en muy buenas fuentes de información.

Luego de la ejecución de las entrevistas, llega el espacio para su análisis, que realicé en dos partes: 1) durante las mismas, es decir, mientras las realizo independiente del lugar, y 2) mientras reviso el material obtenido en la misma, es decir, durante la sistematización de datos (Restrepo, 2007: 6). El análisis de las entrevistas es un momento central para el empalme con la teoría y con la generación de nuevas variables centrales a tener en cuenta con el tema de estudio.

Cuando logré una mayor confianza al interior de la Casa las mujeres me permitieron hacerles entrevistas, donde tuve bastante flexibilidad con las preguntas, pues su relato en el turismo abría el relato de sus propias vidas y cómo la acción de la venta a los turistas forjaba una parte importante de su vida privada y familiar; por ello, las respuestas quedaron muy atadas a su historia de vida, acción relevante para esta investigación (Ver anexo 4. Cuadro de informantes).

2.3.4 Cartografía de un Espacio Cotidiano

Considero teóricamente que la actividad de cartografía es “un lenguaje de representación del espacio geográfico, una forma de abstracción de la realidad; este lenguaje se transmite a través de una forma particular de comunicación iconográfica, el mapa” (Barragán, 2019: 142). Realicé estos mapas con trabajos cartográficos basados en la observación propia, de las mujeres y los guías turísticos que trabajan al interior de las Casas de Tejidos, en los que

dejaron plasmadas sus propias variables sobre la forma en la que han construido espacios turísticos en el espacio doméstico.

Considero este ejercicio “una herramienta que permite vislumbrar cómo, en los espacios, se están materializando las relaciones económicas, políticas, culturales, éticas, raciales y de género, resultantes de las transformaciones por las cuales pasa el mundo actual” (Mancilla y Habegger, 2018: 8). Este tipo de técnicas me brindan espacios para exponer de manera gráfica acciones particulares dadas al interior de las Casas de Tejidos.

Uno de los objetivos específicos de esta investigación radicaba en la pregunta alrededor de la construcción del espacio turístico, y eso solo se puede generar con una lectura de lo espacial de forma colectiva; para este caso estaba la mía como investigadora, la de las mujeres que trabajan en las Casas y además la de otros actores que trabajan diariamente y conocen el espacio; por lo que estas estrategias quieren hablar de los modos de crear el espacio con un fin específico que para este caso es el turismo, pero sin perder los espacios de vida privada aunque el uso doméstico de los mismos se conecte entre el turismo y la vida individual. Por lo anterior:

En términos espaciales, no solo es dibujar (...) sino trascender a la comprensión de la espacialización de los procesos sociales, es decir, poder partir de la práctica social de las comunidades (...) para entender las formas de representación que en muchos casos responden a lógicas impuestas a los espacios. (Barragán, 2016: 152)

Por lo anterior, la construcción misma de la imagen creada (Figura 1) iba ilustrando también los espacios propios de las mujeres, los construidos para el turista, los íntimos como aquellos lugares cerrados donde solo entran ellas, y además guiaba el paso a paso del performance construido para mostrar elementos cotidianos (Anexo 5. Cartografías Casas de Tejidos).

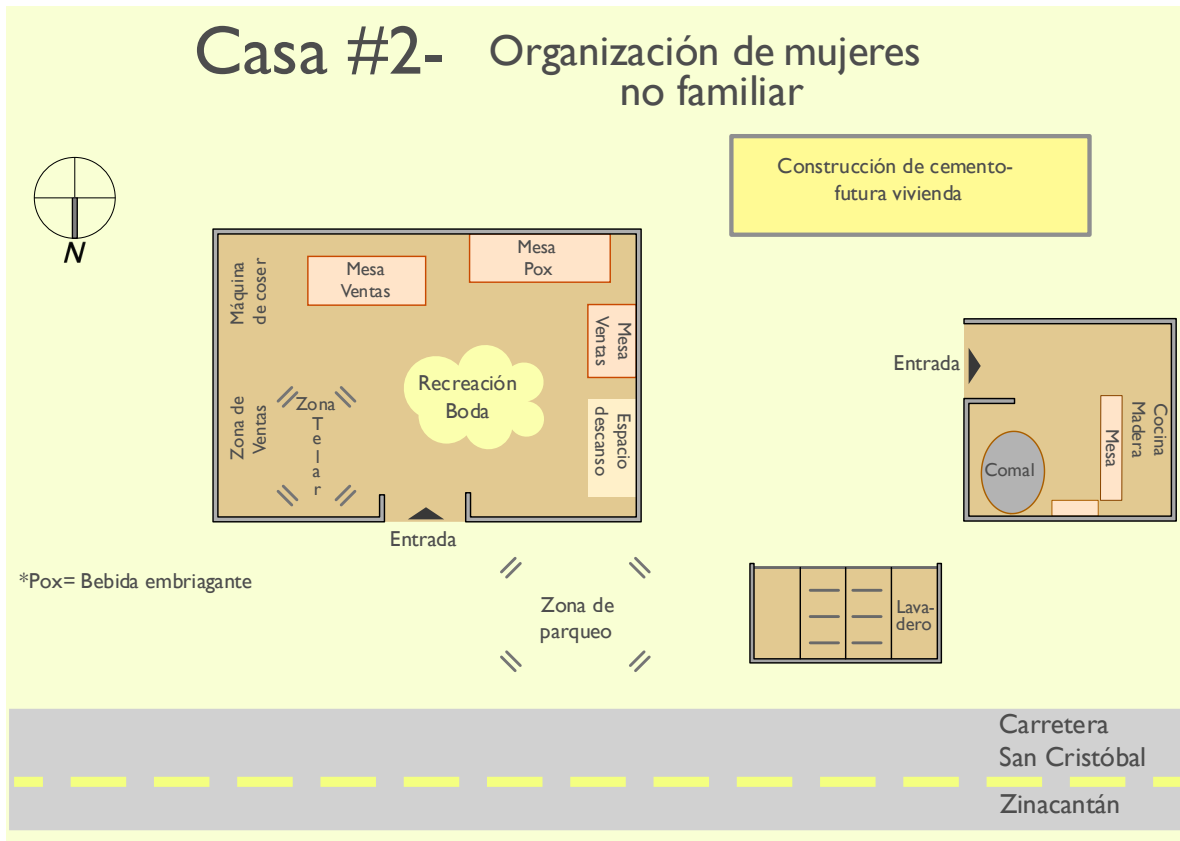


Figura 1. Cartografía de la Casa de Tejidos número dos.

Finalmente, trabajar con mapas que rompen parcialmente con la estética perfectamente dimensional a la que se está acostumbrado, también es generar lecturas disruptivas de cómo sentimos y vemos nuestro espacio desde donde colocamos la vista y cuáles son los efectos, ya que de cierta forma “La cartografía como propuesta metodológica cualitativa de carácter territorial propone el reto de desaprender formas hegemónicas de entender el espacio y de representarlo” (Barragán, 2016: 155). Y en el acto mismo de desaprender se fortalecen otras lecturas del espacio, para este caso otra lectura del espacio doméstico.

2.4 Redes y relaciones teórico-metodológicas

En el Cuadro 1 se ejemplifica lo que fue el tejido entre el enfoque etnográfico, las herramientas antes expuestas, su vinculación con el marco teórico, además de la existencia

de un formato práctico utilizado para la aplicación de las herramientas que facilitó un análisis de resultados más certero.

Cuadro 1. Enfoque etnográfico y herramientas de análisis.

Objetivo	Metodología	Variable teórica	Técnica	Formato
Detallar el tipo de espacio turístico construido por el trabajo en las Casas de Tejidos	Metodología cualitativa/ investigación etnográfica	Espacio físico Espacio construido Espacio turístico	Observación participante Diario de campo Conversaciones informales	Guía de observación Diario de campo digital y físico
Analizar las interacciones de poder que suceden al interior de las Casas de Tejidos	Metodología cualitativa/ investigación etnográfica	Actor social Interacciones de poder	Observación participante Cartografía Entrevista semiestructurada	Guía de observación Mapa en digital y físico Guía de entrevista a diferentes actores sociales
Identificar el efecto de las relaciones externas necesarias para el funcionamiento de las Casas de Tejidos	Metodología cualitativa/ investigación etnográfica	Actor social Redes globales Turismo global	Diario de campo Entrevista semi estructurada	Guía de entrevista a diferentes actores sociales Guía de observación

Capítulo 2. La Casa de Tejidos: Entre la dramatización y la realidad

Este capítulo brinda al lector lo observado en las Casas de Tejidos, por lo que ciertamente es un gran conglomerado de descripciones —lo más minuciosas posible— del espacio cotidiano donde se dan servicios turísticos, pues considero que, para que se puedan entender las relaciones, problemáticas y acciones ejercidas en las Casas, se debe tener una imagen clara de cómo son, dónde están situadas, los espacios comunes y los abiertos al turismo, así como el paso a paso del tour a pueblos indígenas; por ello este capítulo pretende dar un paseo por las Casas y brindar una imagen clara que llegue hasta la última página de esta tesis.

A Zinacantán llegué con mucho interés en sus artesanías, en gran parte porque al buscar antecedentes me encontré con el hecho que de esta comunidad ya mucho se había escrito, y me enteré de la cantidad de antropólogos que se reunieron durante años y hasta la actualidad para buscar qué pasaba entre esas montañas; ello me animó a centrarme en un aspecto específico de las actividades del municipio: las piezas artesanales. En mis primeros minutos viendo el paisaje noté el momento exacto en que pasamos la “frontera”: aquel espacio que separa la periferia de San Cristóbal de Las Casas de sus comunidades indígenas vecinas “Zinacatán y Chamula”. Siendo nativa de una zona fronteriza de tres países, creía que entendía a la perfección los lineamientos de la frontera misma, pero me pregunté si la que está basada en lo étnico tenía otras formas de generar realidades; de alguna manera es el mismo territorio nacional pero el idioma era otro, la hora distinta, pero la carretera era la misma.

Al acercarme a la cabecera municipal, me encontré con un aspecto sociocultural que me pareció interesante: los sitios a los que llega el turismo nacional e internacional para conocer una parte de la cultura local y que las propias artesanas denominan como *Sna Jolobiletik*, las “Casas de Tejidos”. Cuando me encontré con esa realidad, mi interés ya no fueron las piezas artesanales sino por el contrario, las mujeres en las *Sna* y sus relaciones con las redes del turismo que llegan ahí de manera constante.

Como dije anteriormente, en este capítulo se describirán de forma detallada los espacios construidos en una Casa zinacanteca para brindar servicios turísticos; es importante realizar esta descripción extensa de los espacios construidos para poder entender las

dinámicas familiares, sociales y económicas que allí ocurren, lo cual se desarrolla en capítulos posteriores.

2.1 Contexto breve de Zinacantán

Zinacantán de las Flores, *Tsotsleb* (Tierra de murciélagos), está ubicada en la región de Los Altos en Chiapas, cerca al famoso San Juan Chamula y a San Cristóbal de Las Casas. En Zinacantán el idioma mayoritario es el tsotsil; una amplia mayoría de sus habitantes es bilingüe, es decir, que tienen por segunda lengua el español, y en algunos casos el tseltal. Zinacantán cabecera (Figura 2) y las comunidades que conforman el municipio suman un total de 45,373 habitantes (Inegi, 2022).

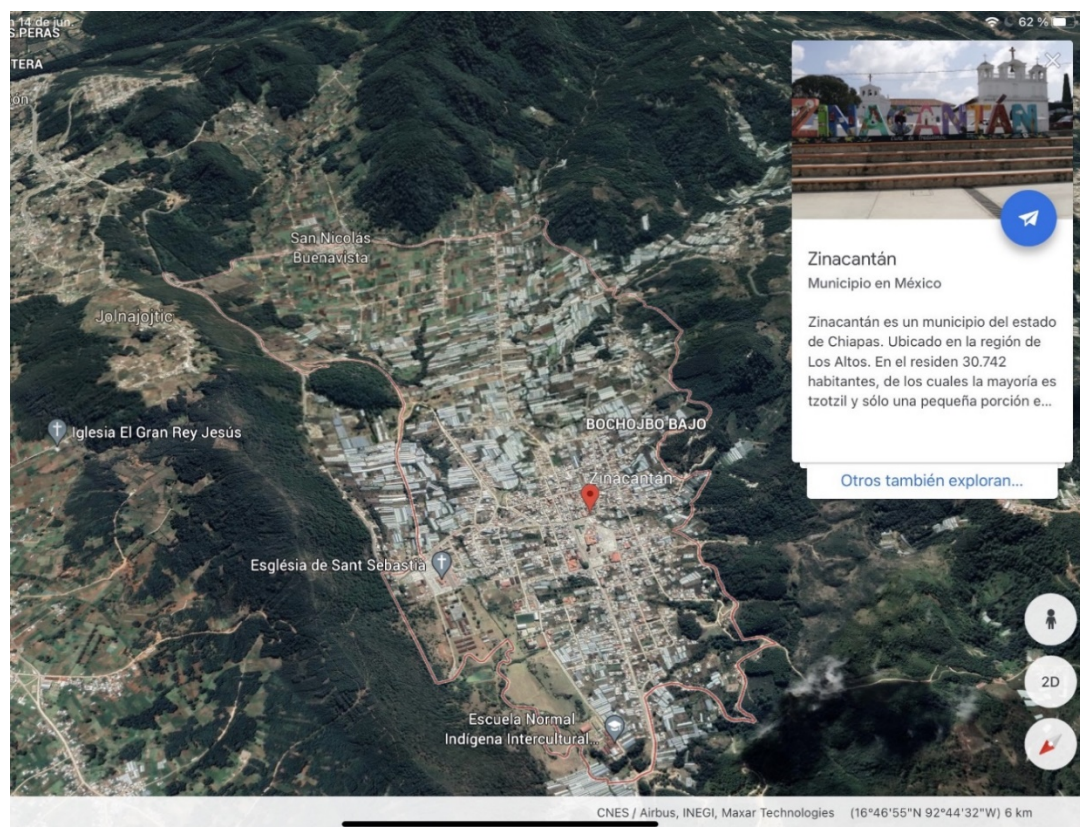


Figura 2. Mapa de INEGI de la cabecera de Zinacantán, con relieve y coordenadas.

En Zinacantán, durante muchos años la fuente de recursos más estable fue la agricultura, sobre todo con la siembra de maíz y otro tipo de cultivos en la tierra caliente. Siguiendo a Collier (1989), desde la década de 1970 a raíz de varias obras públicas en Chiapas y otras regiones cercanas, los hombres de Zinacantán migraron fuera del municipio, y por ende el pasado agricultor del municipio fue perdiendo fuerza. A partir de esto, los zinacantecos jóvenes se fueron convirtiendo en asalariados y los que ya tenían mayores ingresos, precisamente a partir de su trabajo con la agricultura de la región, se convirtieron en comerciantes de renombre en el municipio (Collier, 1989: 428).

Estos cambios generaron un mayor fortalecimiento económico en algunos sectores del municipio y en algunas familias, las que a partir de esto se encargaron de ser las nuevas contratantes de servicios ofrecidos desde el municipio, o de algún oficio en específico manejado por familias reconocidas dedicadas al comercio de servicios como son el transporte, la venta de artesanías y la venta de flores.

Uno de los roles económicos y de comercio que más fuerte se ha posicionado en Zinacantán y que es el foco de esta tesis, es la venta de artesanías textiles, la cual lleva posicionándose como fuente económica central desde 1990, y que ha dado un giro a la forma de ver y construir artesanías con el telar de cintura, pues:

Bordar, tejer y brocar en el telar de cintura ha sido una actividad que define el rol de lo femenino en la historia de la cultura maya –incluida la actual–. Las mujeres tejedoras han anudado el vínculo familiar y comunitario a través de los procesos de creación textil, los cuales se enlazan directamente con el vivir cotidiano de sus pueblos [...]. Este rol protagónico de las mujeres al interior de su cultura se debe a que dentro de sus concepciones, el ejercicio de tejer ha sido un acto creativo que forma parte de la actividad doméstica cotidiana. (Gil, 2016: 66)

Esta actividad que había sido algo naturalizada como labor doméstica que solo se preocupaba por el resguardo de la piel del frío o del calor, pasó a ser una actividad retribuida económicamente a partir de su venta a visitantes. El tipo de pieza fue cambiando de un color blanco y una faja, a elementos mayormente manufacturados, que unieron el discurso de la venta de flores, el turismo y el uso del telar de cintura; esto desembocó en una artesanía textil llena de detalles que hace uso de máquinas bordadoras y el telar. Aunque la pieza textil zinacanteca que hoy se ve en las Casas de Tejidos no siempre fue la misma, hoy en día las

artesanas se han encargado de agregarles valor a cada pieza por su carácter único de manufactura el cual genera una buena fuente de recursos económicos.

El municipio en este momento cuenta con escuela primaria, secundaria y preparatoria. Además, se mantiene un sistema de cargos religioso ligado a la fe católica, en la que se eligen alférez, mayordomos y encargados; todos ellos están ligados a la celebración de algún santo o virgen regidor en la comunidad, lo que implica la celebración del santo en su día y una serie de rituales alrededor de la misma. La festividad más grande es la de San Lorenzo, el santo patrono, y en la actualidad se comparten los gastos entre un alférez y la presidencia municipal, en donde el presidente se elige bajo el sistema político que rige todo México con sistema de partidos y votaciones regulares.

En la actualidad la mayoría de la población masculina y alguna femenina se dedica al cultivo, venta y reventa de flores; otra parte de la población se dedica a la producción y/o venta de artesanías para el turismo y en algunos casos a la venta en línea de los productos. Existe una unión entre la floricultura y el tipo de artesanía zinacanteca, que la diferencia de otros tipos de bordados elaborados en Chiapas.

El comercio mayormente productivo de Zinacantán son las flores, que se vendían en el mercado del norte de San Cristóbal de Las Casas, pero a partir de ciertos altercados, los vendedores se ubicaron en una plaza en la entrada principal de Zinacantán. Al cabo de varios días se les adecuó la zona y en este momento los zinacantecos cultivan y venden las flores desde el municipio, y sus compradores han optado por irlos a buscar directamente al lugar; de la misma forma que hacen las empresas turísticas con las Casas de Tejidos, este gran mercado de flores, se ha vuelto un nuevo lugar de visita por parte del tour, siendo este uno de los efectos más recientes en la comunidad.

2.2 Contexto general de las Casas de Tejidos

Las Casas de Tejidos en Zinacantán se encuentran ubicadas cercanas a la cabecera del municipio para facilitar la entrada de las vagonetas de turistas a los lugares. Las Casas son unidades domésticas que pueden alojar familias entre seis y quince personas, y que mantienen horarios establecidos para recibir turistas que implican doble jornada; en ellas trabajan entre cinco y ocho mujeres, quienes se turnan el trabajo entre el recibimiento, la demostración del

telar y la cocina, pero terminando las demostraciones todas las mujeres se ubican en la zona de ventas en su respectivo puesto.

Las Casas pueden estar organizadas por mujeres vinculadas únicamente por relaciones de parentesco, en otros casos por mujeres que no son parientes pero forman parte de una cooperativa que renta una casa, y en otros pocos casos por mujeres emparentadas entre sí e integrantes de una cooperativa. Dependiendo del tipo de relaciones que existen entre las mujeres se definen las diferentes responsabilidades, como el lugar en la cocina o en el recibimiento de los invitados.

A las Casas llegan vagonetas de diferentes agencias de turismo; la primera parte del tour consiste en visitar una de las Casas y permanecer ahí cerca de una hora; saliendo de ella visitan las iglesias y en algunos casos el panteón de Zinacantán, y por último se dirigen a San Juan Chamula. Las Casas se mantienen en una constante competencia y hacen vigilancia de las empresas turísticas que visitan cada casa, cuándo lo hacen y la cantidad de turistas que llegan con ellos.

Para recibir los tours diarios de viajeros en las Casas no se necesita algún permiso especial por parte de las autoridades municipales, ya que como el trabajo se da dentro de sus unidades domésticas no se requiere de supervisión mientras no se generen conflictos que puedan acarrear problemas en la comunidad. De igual forma, a cada vagoneta que entre al municipio se le cobra una cuota de ingreso por cada turista que viaje en su interior.

Para llegar a utilizar la metodología que desarrollé en esta investigación se realizó un ejercicio de planeación: por un lado, del lugar que quería visitar, y por otro lado de las estrategias que quería emplear para acercarme a los habitantes de las Casas, los guías de turismo y otros actores centrales.

Teniendo en cuenta mi condición de extranjera, era primordial hacer visitas aun solo con algunas ideas en mente; de acuerdo con estas visitas me encontré con el enorme papel del turismo en Zinacantán y Chamula, y también con el hecho de que el tsotsil era un idioma que no se asemejaba a ninguno que hubiera oído antes. Ante estos dos dilemas, empecé a unir mi interés por el turismo y por estas Casas, quedándome siempre con la necesidad de revisar sus relaciones sobre todo al interior del espacio doméstico.

El primer acto de organización metodológica fue definir con quiénes quería trabajar, es decir un mapeo de actores inicial, el cual se fue delimitando después de mis acercamientos en campo, donde al inicio tenía casi siete actores y terminaron siendo cuatro los centrales e interrelacionados.

Ya con un mapeo de actores y unas posibles preguntas semiestructuradas para cada uno de ellos, regresé a campo con más certeza sobre la investigación y es en ese momento que noté que era un poco más difícil acercarme a las mujeres de las Casas como turista, pero que, por el contrario, los guías se encontraban muy atentos a un posible diálogo, y que ellos tenían un amplio espectro de conocimiento diario de las Casas. Mi acercamiento a ellos me abrió la posibilidad de visitar una de las Casas como investigadora y no como turista; con ello inició la segunda fase de la investigación y a partir de esto determiné que mi enfoque sería directamente etnográfico y que además estaba construido también por los múltiples relatos que logré recoger en entrevistas y en notas de campo.

Definir esta investigación como de carácter etnográfico, solo lo pude hacer a partir de otras experiencias múltiples que encontré en el camino de los hallazgos de antropólogos de hace más de treinta años, y por estudios recientes de mujeres interesadas por el turismo y por los espacios domésticos en comunidades de Los Altos de Chiapas.

2.3 La Casa de Tejidos

2.3.1 Características físicas generales

Las Casas de Tejidos en su amplia mayoría están construidas con bloques de cemento y con láminas de zinc. Tienen separaciones muy definidas entre la entrada, los cuartos privados, la sala que se usa como zona de ventas; la cocina que en algunos casos pueden ser dos: una para turistas y otra para habitantes de la Casa; los baños, que constan de tres espacios separados: una taza para mujeres, otro espacio con un orinal para hombres y un tercero con una ducha, la cual es de uso privado. Algunas Casas cuentan con traspatios, que por lo general tienen un uso ligado a la floricultura.

La mayoría de las Casas se encuentran con repello de cemento, lo que las hace tener una apariencia más oscura, pero esto lo contrarrestan con una lámina de plástico de apariencia clara que le da bastante luz a la Casa; estas láminas por lo general están en la zona de ventas

donde se necesita mayor iluminación. Por el material de las láminas, en algunos momentos puede hacer bastante calor, lo que se regula con la amplia ventilación en la cocina y en la entrada de las Casas.

El piso de la mayoría de las Casas es de cemento pulido para facilitar su limpieza; en algunos casos al cemento se le pone algún barniz para que sea aún más sencilla su limpieza, sobre todo en áreas como la cocina, que necesita una rutina de limpieza de acuerdo con los grupos que entran y salen. En solo una de las Casas se mantiene el piso de tierra, el cual únicamente está en la zona abierta al turismo; los espacios habitados de la Casa tienen repellos y pisos de cemento:

C: ¿Tu cocina siempre fue así?

P: No, mi papá le hizo muchos cambios, antes todo el piso era de tierra la sala y la cocina, los cuartos sí de material, pero después vivíamos cansadas de estar limpiando entonces mi papá nos puso el piso así que para barrer mejor y que bueno, porque solo pasas la escoba y ya queda. (Entrevista, Zinacantán, 15 de Mayo)

Las cocinas, sobre todo las presentadas al turista, son en algunos casos de cemento, en otros de adobe y en muy pocos de madera; el atractivo principal de las cocinas es que tengan un ambiente de desgaste en sus materiales a causa del humo; por esto, sea cual sea el material, siempre se encuentra con una fuerte capa de hollín que cubre las paredes.

Los utensilios de la cocina que se muestran al turista por lo general son de carácter tradicional como el molcajete, las ollas de barro y en pocos casos las ollas de peltre; la centralidad de la cocina es el fuego hecho con leña que alimenta un fogón en el cual se mantiene un gran comal; sobre este comal se ponen las tortillas continuamente, y para evitar que se peguen se le pone por lo menos una vez al día un poco de cal, de la misma que es utilizada para nixtamalizar el maíz (Figura 3).



Figura 3. Salsa y quesadillas en el comal.

Las cocinas de carácter privado, es decir, aquellas que solo son utilizadas por las mujeres de la Casa y algunos guías, contienen una serie de utensilios que no se exponen en la otra cocina, tales como: licuadoras, microondas, vajillas, refrigerador, estufas industriales de gas e inclusive en algunos casos, televisores. Siempre que hay turistas, la cocina privada se mantiene cerrada y se procura no abrirla.

Los telares se recogen cuando se termina la jornada turística y se extienden por las mañanas; siempre hay un trozo de tela acolchada que funciona como tapete, para que la mujer encargada de la presentación se sienta parcialmente más cómoda y sobre todo para protegerla del piso frío. Cuando no están los turistas varias de las mujeres utilizan unas pequeñas sillas para estar trabajando en el telar. En las Casas suelen tener dos, o máximo tres telares; cada uno debe tener un tejido distinto para que se vea aún más llamativo.

Sin ser un espacio en común de todas las Casas, muchas de ellas tienen traspatios donde se observan varias plantas sembradas, como chiles o cilantro, y en un solo caso el área de traspatio fue convertida en vivero con estructura de madera y cubierto con un plástico grueso que soporta el calor, el sol y los fuertes vientos; estas áreas por lo general están abiertas y reciben luz del sol y lluvia.

Algunas Casas tienen una azotea en la que pueden tener animales como gallinas y por lo general un perro que se encarga de resguardar las partes altas de la Casa, y que casi siempre

está amarrado con una cuerda que le permite moverse por la mayor parte del techo. En esta zona también se suele colgar la ropa de la familia, por lo que cuando hay fuertes rayos de sol se pueden ver faldas y blusas extendidas.

El común denominador en estas Casas y en varias otras —incluso las no abiertas al turismo— son las construcciones de cemento, acompañadas de láminas de zinc o bases de cemento para la posible construcción de un segundo piso; la mayoría de los repellos también están hechos de cemento, y cada vez es más difícil encontrar en la cabecera casas hechas completamente de adobe; aún se encuentran algunos aplanados de tierra, pero no suelen ser comunes.

2.3.2 Cambios en la construcción

Los materiales constructivos y los tipos de casas encontradas en Zinacantán han cambiado de manera evidente en los últimos cuarenta años, en donde la construcción con materiales como el cemento, bloques ligeros y láminas de zinc, desplazó las técnicas constructivas que utilizaban techos de palma, tejas de barro y aplanados de tierra.

Las formas ~~de~~ los materiales de construcción utilizados para las casas en Zinacantán han tenido múltiples cambios desde las visitas de los antropólogos en los sesenta hasta ahora. Uno de los investigadores que mayormente indagó sobre los materiales constructivos y las técnicas de construcción fue el arquitecto James P. Warfield, quien dedicó el verano de 1963 a conocer el material físico de las casas en Zinacantán.

Dos de las grandes descripciones que hizo Warfield (1989: 184) fueron sobre las paredes y los techos en Zinacantán; por un lado, encontró paredes de adobe, entretejidas de cañas de maíz y embadurnadas con tierra, y en algunos casos paredes de madera, muy escasamente paredes de bloque y cemento. Siguiendo al autor, los techos eran en su mayoría de cartón, zinc y en algunos casos de *jobel* (yerba alta, nombre científico *Andropogon bicornis*; *A. glomeratus*), y explicaba que los techados de teja estaban presentes en los tipos de construcción más costosos y más durables en Zinacantán (Warfield, 1973: 190).

Algo que Warfield dijo encontrar en las cocinas de todas las casas que visitó fue un espacio de respiración para la salida del humo: “Se dejan espacios abiertos de seis a doce pulgadas entre la pared superior de la pared y la parte inferior del techo, lo que permite que

el humo salga bajo los aleros de la casa” (Warfield, 1989: 207). Esto es importante porque al usar fogones de leña era primordial buscar estas vías de ventilación.

Es especialmente relevante tener en cuenta estos cambios en la construcción de las casas, para entender las dinámicas efectuadas al interior de las mismas en el 2022, y también entender que mucho de lo dicho en esa época sobre los zinacantecos ha cambiado con el paso del tiempo y además con el fenómeno del turismo en su comunidad. Un hecho interesante es que en todas las Casas que visité estaba este modelo de ventilación que describió Warfield, pero ahora unido al hecho de que hay varias estufas que aunque son de leña tienen su propio sistema de ventilación; de igual forma son un poco los vestigios de lo que fueron las casas y que aún podemos encontrar en las cocinas zinacantecas (Figura 4).



Figura 4. Guía de turistas Julio César y el alero por donde sale el humo.

2.3.3 Ubicación de la Casa bajo estudio

La Casa en la que se desarrolló prioritariamente esta investigación se encuentra en el centro de Zinacantán, diagonal a la iglesia de San Lorenzo y frente al espacio determinado para salidas de taxis y combis a la ciudad de San Cristóbal de Las Casas; a unas casas a la derecha

se encuentra la Casa de la Cultura y alrededor de la misma los principales supermercados y restaurantes de la zona. Esta Casa es una de las más céntricas abiertas al turismo en todo Zinacantán y, precisamente por esta ubicación, muchos turistas que deciden ir sin tour entran directamente a ella cuando se bajan del taxi.

La ubicación de esta Casa permitió que la familia González goce de ciertos privilegios y de cierto prestigio ya que, de acuerdo con el propio relato de las hermanas, su padre y su madre estuvieron muy presentes en varias de las decisiones sobre la construcción de elementos importantes como la iglesia o las escuelas:

E: Mi abuelo, como tenía su hermano, fue presidente.

C: O sea, tu tío abuelo fue presidente.

E: Sí, pero mi abuelo era muy inteligente; él se fue a otros países, se fue a México, mi abuelo sí viajaba. Mi abuelo pidió la escuela, pidió la cancha para que jugaran fútbol los niños, y así se construyó Zinacantán. Su hermano sembró árboles para que aquí fuera el centro, y la iglesia no estaba bien construida, era puro pasto y mi abuelo y mi tío ayudaron a crear Zinacantán. Detrás de la iglesia no era así antes, era puro pasto; las personas no iban atrás al mercado, era al frente, y así era la fiesta de San Lorenzo, no había carrera de caballos no había nada. Sin mi abuelo, Zinacantán no hubiera existido más. (Entrevista, Zinacantán, 11 de mayo de 2022).

Aunque por supuesto algo de lo que mayormente hizo que tuvieran la capacidad económica para vender artesanías era su poder frente a la comunidad, que no solo los situó desde el prestigio, sino que se les presentaba como actores de poder, frente a todo en Zinacantán, lo que los facultó para poder hacer viajes y poder prestar pautas frente al proceso de venta de artesanías. Pero a pesar de eso, también mucho de este éxito se debió a la locación de la Casa, porque ayudaba a hacer tours rápidos, que entraban y salían de manera rápida del lugar; por eso muchas mujeres optan por tener aún el día de hoy, los puestos lo más cercano posible a la iglesia y espacios principales de Zinacantán.

También esto les permitió a las hermanas González ser pioneras en la venta de artesanías, ya que había una vía directa que comunicaba con esta Casa y de esta forma era más sencillo invitar a los turistas a entrar, que era la forma en la que tenían visitas antes de que se hicieran tours diarios a Zinacantán y Chamula:

C: Y tu abuelita, ¿fue ella la que empezó con los textiles?

E: No, fue mi tía; antes no había artesanías, no había nada de nada; que primero hizo fue mi tía Pascuala, fueron hasta Monterrey desde aquí a pedir turistas, para que vinieran

acá a conocer nuestras tradiciones; aquí los trajeron, porque la primera artesanía era la de mi tía y se llamaba artesanías Las Rosas, y ya con los años empezaron a crear las flores. El primer color que salió eran color azul, todas las flores que salieron eran color azules, blusas, las faldas, todo eran azules, y después fueron evolucionando; vino el negro, negro todo negro total, y ya luego fueron color pasteles. Mi tía Pascuala no se casó, es soltera; ella (señalando a su otra tía) sí se casó. Antes aquí hacíamos todos todo lo hacíamos: falda, blusa, todo; antes no había pañales, era pura falda chico, nosotros cuando éramos bebés nos poníamos faldas. (Entrevista, Zinacantán, 11 de mayo de 2022).

Fueron varias diseñadoras y algunos programas de promoción de artesanías quienes les propusieron buscar a los turistas en las ciudades grandes como Monterrey, Guadalajara y México D. F.; con esto en mente muchas mujeres los buscaron en otras ciudades e hicieron estas redes con empresas turísticas fuera de Chiapas. Estas acciones fueron hechas sobre los años noventa y son mantenidas hasta el día de hoy; ya los viajes no los realizan pero las telecomunicaciones las ayudan a mantener conectadas con las empresas turísticas de otros estados.

2.3.4 Creación del recorrido

Acerca del recorrido aún no hay un consenso sobre su creación, pero a partir del trabajo de campo y algunas entrevistas, entiendo que: fue la unión de ideas de las mujeres que vendían los productos fuera de la iglesia, con propuestas de los guías de llevar a los turistas a una casa para que estuvieran más cómodos y probaran las tortillas. Es probable que haya sido con ideas como las del guía conocido de una amiga de Paloma:

P: Más tarde, sería alrededor del noventa y nueve, o sea al poco tiempo. En una ocasión las que son artesanas empiezan a decir que se les dificultaba tener que sacar todas sus cosas de su casa y llevarlas al mercadito y regresar después de que terminaba el día o el tour ahí; entonces alguien le sugirió: oye, no te gustaría que te fuéramos a visitar tu casa, y ahí nos das tortillitas y ya nos sacas tus cosas y ahí mismo nos las muestras en unas mesas; fue una sugerencia de un tour líder que ya no está con nosotros, y así fue como empezaron las visitas a la casa.

C: ¿Fue la idea de quién?

P: De un tour líder, sí, que estaba haciendo la visita. (Entrevista, San Cristóbal de Las Casas, 1 de abril de 2022)

Esto, sumado a los esfuerzos de las mujeres que también se dieron a conocer luego de ir todos los días a las paradas de autobuses a buscar turistas, les abrieron el camino y la posibilidad de recibir la cantidad de turistas que fuera necesaria en sus Casas:

Luego le pedí a Pascuala que me contara sobre su vida con el negocio; me dijo que ella salía primero con su mamá y luego con sus hermanas a buscar los grandes camiones que venían de Sancriis llenos de turistas; ahí ellas los invitaban a sus casas y así era como lograban llevarlos a sus casas. Me dijo que al inicio había una casa de adobes vieja donde ella su mamá y otras mujeres vendían mercancías en una especie de cooperativa, pero que con el tiempo las mujeres se cansaban de estar buscando turistas y como había que pagar renta de ese lugar prefirieron separarse y cada una se llevó sus cosas; ahí llevaron las cosas a la Casa, y decidieron luego llevar los turistas a la Casa. (Diario de campo, 16 de mayo de 2022)

También fueron estrategias de apertura que no se dieron de un día para el otro; de hecho, Paloma, directora de turismo de San Cristóbal de Las Casas, lo sitúa desde la época de trabajo de los proyectos Harvard y Chicago⁶:

C: ¿Sabes desde hace cuánto se hace este tour o cómo comenzó?

P: Exactamente no sé, pero mira, la historia es que originalmente cuando llegan los primero antropólogos e historiadores a San Cristóbal, más o menos es para los años cuarentas que empieza a llegar muchísima gente con lo que es el proyecto Harvard, el proyecto Chicago, y empieza a haber una ola de estudios etnográficos de estudios mesoamericanos, y entonces se empieza a colocar dentro del ojo del huracán académico. Acá esta la UNAM, está el CESMECA, [...] siempre fue el vínculo con los grupos académicos. Pero estos académicos empiezan a invitar amigos, [...] pero lo empezaron a hacer un poco más abierto, les decían: oye, se oye muy padre tu proyecto, voy contigo, sí vamos. Los investigadores decían que todo el mundo empezó a querer ir con nosotros. Ya cuando se empezó a hacer un proyecto turístico debió ser en el año 97 o 98 donde ya la Secretaría de Turismo lo tomó. (Entrevista, San Cristóbal de Las Casas, 1 de abril de 2022)

Esto quiere decir que la creación de la ruta en sí también tuvo posibilidades en la medida en que los zinacantecos de alguna forma u otra estaban acostumbrados a las visitas esporádicas de forasteros; muchos de ellos abrieron sus casas, se hicieron amigos e incluso compadres de

⁶ Los proyectos Harvard y Chicago se encargaron de diferentes estudios desde la antropología social y en algunos casos la arqueología para estudiar el día a día de los zinacantecos, quienes fueron considerados también por ellos ‘mayas de tiempos recientes’.

muchos hombres y mujeres que venían sobre todo de Estados Unidos, por lo que de alguna forma conocían este tipo de acciones de demostración de su propia vida.

Al inicio las visitas eran más parte de un recorrido general que salía de San Cristóbal de Las Casas, llegaba hasta Palenque y a su regreso hacia una parada estratégica en San Cristóbal para luego ir a Zinacantán para conocer los textiles; los grupos de turistas eran mucho más pequeños, casi siempre parte de tours privados que se hacían sobre todo con extranjeros de habla inglesa o francesa; en este momento incluso se contaba con un aeropuerto en San Cristóbal de Las Casas, el cual fue desmantelado en el año 2010.

Con el pasar del tiempo y por supuesto con la explosión mediática que causó el movimiento del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), Chiapas pasó a ser un destino turístico de mayor interés con esta idea de una región lejana resistiendo a los mandatos estatales; esto sin duda significó un antes y un después de las visitas a la región:

Cuando fue el movimiento zapatista, el Ejército Zapatista de Liberación Nacional; momento clave, teníamos aeropuerto en San Cristóbal, entonces yo de ser vendedor de tour, me convierto en gerente de ventas, [...] que me nace la duda de qué vienen a buscar los turistas, si vienen a buscar pirámides, o vienen a saber la vida de los indígenas, o a conocer qué lenguas se hablan, o qué se come, o por qué se viste la gente así. (Entrevista, San Cristóbal de Las Casas, 24 de marzo de 2022)

La posibilidad de estar cerca de los zapatistas abrió el interés por conocer estas comunidades que empezaron a ser llamadas “comunidades vivas”, entrando un poco a mayor profundidad en las desigualdades estructurales por las que las comunidades indígenas de Chiapas pasaban a diario.

Estos nuevos componentes en el panorama turístico también promovieron que una mayor cantidad de mexicanos empezaran a conocer Chiapas, y con esto empezaron a venir grandes grupos que salían sobre todo de la Ciudad de México, y de acuerdo con la demanda de turistas nacionales y extranjeros, las agencias turísticas —tanto las nacionales como las locales— necesitaban empezar a ofrecer una mayor apuesta turística, en la cual también fortalecieron el tour a pueblos indígenas.

Sobre el tour en su exposición interna, entre los guías y las mujeres se dieron pautas de las cosas que mayoritariamente funcionaban, como el saludo en tsotsil y lo interesante que

sonaba para las personas escuchar un idioma indígena; luego también se centralizó en la importancia de que conocieran el telar de cintura y por supuesto el potencial de intimidad que genera conocer la cocina y probar de sus alimentos.

El recorrido dura entre treinta minutos y máximo una hora. En este momento se encuentra como uno de los tours con mayor demanda en San Cristóbal de Las Casas; en algunos casos se cree que es por su precio que oscila entre los trescientos y cuatrocientos pesos, pero también se debe a la presentación y *marketing* invertido al tour:

C: ¿Crees que a partir de todo esto dijeron que hay acciones específicas que se hacen en Zinacantán y Chamula, que terminan siendo muy rentables para el turismo y por eso ha permanecido?

P: Más que por la rentabilidad porque, pues sí, es el más cercano a San Cristóbal, es que por eso es el tour más barato que hay, no es por rentabilidad, bueno también el encanto de la comunidad viva. Los que conocemos Chamula y Zinacantán de lo que es antes a lo que es ahora, quince, veinte, treinta años, la ciudad de San Cristóbal es diferente, ha cambiado mucho pero no han perdido ciertas cosas y eso es lo que ha logrado que mucha gente siga yendo. El propio templo de San Juan, originalmente el piso era de tierra, era impresionante y todo lleno de humo y tal, no era de baldosas de mármol que tienen ahora. (Entrevista, San Cristóbal de Las Casas, 1 de abril de 2022)

2.4 La Casa de las hermanas González

Para generar una mayor escenificación del espacio, me basaré en la Casa central, la de las hermanas González, puesto que fue el lugar donde de lleno hice el trabajo de campo y por ello es posible brindar mayor claridad sobre el recorrido y los espacios usados para la demostración al turista.

La Casa lleva más de diez años de experiencia en este oficio de las visitas turísticas al interior de su espacio, por lo que ya tiene una rutina establecida de recibimiento a los visitantes, en donde cada una de las hermanas se encarga de liderar algún punto del recorrido; este liderazgo también se basa en quién hizo el contacto con la empresa, ya que la mujer que hace el contacto es la encargada del recorrido.

Para que el recorrido se dé con la mayor naturalidad, es necesario encargarse de cuestiones previas; por ello, entre las 8:30 y 9:00 am, se alimentan las brasas de la estufa con una cantidad de leña considerable; este acto puede generar bastante humo en toda la casa, y

por esto se hace siempre que no estén presentes los turistas. Luego de que el fuego está encendido, se procura revisar los frijoles y ver si ya están listos; estos se ponen desde muy temprano cuando la brasa está tenue con el fin de que estén listos sobre las nueve de la mañana; también se revisa que los platos de la degustación tengan los frijoles, el queso fresco, la pepita molida, y la salsa roja que no siempre es picosa.

Hay que aclarar que desde el día anterior en la noche o desde muy temprano, preparan el nixtamal para el maíz (Figura 5) para poder enviar a alguna de las jóvenes de la Casa al molino, que queda a dos cuadras de la Casa; se procura hacer esto en horarios donde no esté el turista para estar pendiente del grano y que no se vaya a quemar o quedar crudo:

Hoy hubo demasiada gente y estuvimos vendiendo y corriendo literalmente de un lado a otro; hoy vendí bastante, me siento orgullosa. Entré a la cocina y noté a Pascuala un poco aburrída; le pregunté que qué había pasado y me mostró que se quemó el maíz con la cal, que solo lograron salvar la parte de arriba. Me dijo que como andábamos ocupadas nadie se dio cuenta, también me puse un poco triste pero luego se rieron que porque nadie quería lavar la olla. (Diario de campo, 11 de junio de 2022)



Figura 5. Pascuala echando agua al maíz con cal.

Cuando está lista la cocina se hace una revisión general; se sacuden los sofás de espera, se barre un poco y se revisa que los dos baños cuenten con papel higiénico. Estas acciones se hacen con suma rapidez; estando todo listo, cada una se encuentra en su lugar de reposo esperando que lleguen los grupos de turistas, que entran con suma rapidez cuando menos se lo esperan.

2.4.1 El saludo

El saludo es sin duda el primer momento en los tours y donde mayor atención se logra captar de los visitantes; cuenta por lo menos con tres partes: en la primera se saluda en tsotsil de manera amplia, luego se saluda en español y se les da la bienvenida agradeciendo por haber escogido la Casa, en el tercer momento se les cuenta brevemente qué van a encontrar en la Casa, de esta forma:

Ese día estaba vestida con una blusa súper hermosa, y una falda muy bonita también; en eso me dijo Esperanza: bueno Caro, necesito que me ayudes a recibir a los turistas para que yo pueda vender tranquila; entonces me dijo que comiéramos y terminando de comer me iba a enseñar a recibirlos. Comimos y me dijo: bueno, vamos, te voy a enseñar, me dijo que lo más importante era saludar en tsotsil, me explicó el saludo pero solo me grabé “Kolaval, tal labultanoletike, von kotike”, y como vieron que me costaba mucho me dijo: solo diles kolaval y dices que es hola en tu lengua materna el tsotsil [yo sabía que así no se decía hola], y me dijo: luego vas a decir lo siguiente:

“Bienvenidos acá en nuestra Casa, les agradezco que hayan venido a nuestra Casa, nosotros les vamos a mostrar cómo trabajamos el telar de cintura, les prestamos el traje de los novios para una foto de recuerdo, también para que prueben el pox y las tortillas hechas a mano; cuando gusten volver traigan sus familiares y sus amigos, esta siempre será su casa”. (Diario de campo, 20 de mayo de 2022)

Es muy importante la parte del saludo en tsotsil, porque en ese momento se abre una ruta de cercanía en donde al visitante se le saluda en un idioma diferente al suyo, y luego se le invita a la Casa, que es de ellas, en donde bordan y llevan su vida; también se le hace una serie de expectativas con respecto al lugar y lo que van a conocer.

Las expectativas siempre abren un camino interesante a la imaginación, el cual para este caso se va nutriendo conforme avanzan en cada uno de los espacios; esto, en algunos casos, también genera una cierta confianza de los visitantes con la mujer que los recibe y los lleva por la Casa, lo que resulta en que es a ella a la que se le hacen las preguntas o se le piden cosas.

2.4.2 Altar

El altar tiene una importancia muy significativa, pues tiene que ver con el primer acercamiento del tour con los usos y costumbres de la vida en Zinacantán, de aquello en lo que creen y las costumbres practicadas con respecto al aspecto religioso de sus vidas, lo cual también genera confianza en algunas personas, ya que los elementos religiosos similares a los propios hacen de este lugar el más llamativo.

La Casa bajo estudio cuenta con un doble altar en la primera parte visible, que es el mismo sitio donde se hace el saludo (Figura 6). El altar principal tiene un arco de flores que enmarca las imágenes de santos como san Lorenzo, la Virgen de Guadalupe, la Virgen del Rosario, el Señor Justo Juez, entre otros; el segundo altar es rectangular y cuenta sobre todo con figuras del niño Dios en varias presentaciones: como el niño Doctor o el Santo Niño de Atocha.



Figura 6. Los dos altares.

En la presentación del altar se enfatiza sobre la diferencia de la parte superior curva, y alguna de las hermanas explica que esto solo se pudo hacer porque su padre tuvo un cargo en Zinacantán. Las hermanas explican que el cargo implica celebrar la fiesta de un santo y

tenerlo en un altar aun terminando dicha fiesta; el cargo en todos los casos dura un año. La mujer encargada de la presentación hace énfasis en esta acción, por la cual cuentan con el prestigio de este altar:

Sobre el altar:

Este altar fue de mi tío porque él fue mayordomo encargado de la festividad de la virgen del Rosario. Los mayordomos son doce y hacen un año de encargo, cada ocho o quince días hacemos el cambio de las flores y aquí tenemos el copal para el incienso como una ofrenda. Como ven, los santos están vestidos con nuestros trajes típicos, las mujeres con chal [...], los hombres usan poncho.

Refiriéndose al mural: antes nuestros trajes no tenían flores, fue hasta 1980 cuando se empezó a cultivar flores y empezaron a verse los invernaderos; desde ahí las mujeres empezamos a hacer flores en nuestros trajes. (Diario de campo, 20 de mayo de 2022)

Luego se pasa a mostrar que todos los santos cuentan con los trajes tradicionales; los santos varones cuentan con un pequeño poncho liso sin flores, y las mujeres tienen chales de forma triangular. Se explica que la forma de los chales tiene que ver con las alas de los murciélagos, porque Zinacantán en tsotsil es *tsotsleb*, que significa lugar de murciélagos.

Luego pasan a enseñar a los turistas los murales que tienen en la casa, para mostrarles cómo eran los trajes de antes, los cuales no tenían flores; en ese momento relatan que la floricultura llegó a Zinacantán sobre 1980 y un corto tiempo después empezaron a reflejar esas flores en sus trajes. La mujer que presenta el altar siempre muestra la comparación entre los trajes del mural y su propio traje.

Luego de la presentación del altar invitan a todos los turistas a pasar a ver el telar, y dicen que hay alguien esperándolos allí, pero que disponen de unos minutos para tomarse fotos en el altar para que se lleven un recuerdo del lugar; esta sin duda es una de las zonas más fotografiables del recorrido.

2.4.3 Telar

La casa de las hermanas González cuenta con dos telares: uno después del corredor que une el altar con la zona de ventas y otro cerca a la parte donde se recrea la boda. El de mayor uso suele ser el primero, y la idea es que cuando el turista sale de ver el altar lo espera una mujer sentada en el telar.

Esta parte siempre la explica la misma mujer que dio la bienvenida y en otros tantos casos el guía que trae a los turistas describe lo que pasa en el telar. Lo interesante es que ya sea el guía o la mujer encargada de esta parte, los dos manejan un discurso similar:

Guía:

En ese momento entramos y de nuevo vi la escena donde ninguna quería sentarse, y por lo general a la más joven le toca hacerlo, o en algunos casos la que administra el lugar. En ese momento Mariano [guía de turismo] nos empezó a contar lo que significaba cada bordado, dijo que: “La única forma de ser libre para la mujer zincanteca es con el bordado, así pueden escribir sus tristezas y dolores, por eso hacen tantos pájaros, porque son animales libres y ellas no lo son”. (Diario de campo, 11 de marzo de 2022)

Mujer en la Casa:

Llega un guía de la agencia Pasión por Chiapas, y empieza a hablar Esperanza. Mientras al mismo tiempo hace la demostración en el telar, habla de que se hace en una posición hincadas que lo hace muy difícil. Siempre exhiben cuatro tipos de muestras: la primera es una bufanda que aprenden a hacer cuando son niñas, la segunda un centro de mesa hecho completamente en el telar, el tercero un centro de mesa con la base del telar pero el bordado hecho a mano con aguja, y el cuarto un bolso que tiene base en telar y los dibujos hechos a mano; explica cómo bordan sobre los dibujos hechos a mano. (Diario de campo, 10 de mayo de 2022)

Existen tres cosas que resaltar en la explicación del telar: 1) La importancia del esfuerzo en el trabajo, teniendo en cuenta que como es un trabajo que las artesanas hacen hincadas implica mayor desgaste de la espalda y las articulaciones; 2) Los pasos para la prenda, que la base siempre se hace en el telar, lo que luego se borda a mano con los diseños previamente dibujados; 3) La diferencia del material de estas piezas que se hacen en Zinacantán de otras piezas hechas en Guatemala y China por parte de maquiladoras; siempre se explica que estas son las piezas que encuentran en San Cristóbal de Las Casas. En la parte de la exposición del telar siempre se toman varias fotos, pero la mujer que se encuentra en el telar es la más fotografiada en todo el recorrido, y esta suele ser la imagen más usada para la venta del tour en diferentes plataformas y lugares (Figura 7).



Figura 7. Captura del video sobre los telares.

La mujer protagonista de la foto en la Casa de las hermanas González suele ser María, y en algunos casos Juana; quienes siempre se acomodan justo antes de que entren los turistas y se salen del puesto una vez terminada la explicación. Es importante que no se queden en el telar porque esto implicaría que ya no pueden hacer ventas desde su puesto.

Para finalizar la parte de la explicación del telar siempre se abre la invitación a los presentes para que se prueben los trajes de los novios o el traje de diario, lo que en muchos casos suele emocionar a la gente, pues desde el inicio del recorrido se habla de estos trajes y se muestran ejemplos, por lo que suele tener un impacto visual estratégico, para poder vestir a los turistas y recrear la boda zinacanteca.

2.4.4 Boda zinacanteca y degustación del pox

Los datos sobre la boda zinacanteca se exponen desde el inicio del recorrido; se muestra en el mural los trajes usados el día del matrimonio de un hombre y una mujer zinacantecos y también muestran que en estos trajes no se usan ni flores, ni faja, ya que es una festividad especial; también se explica la presencia de las plumas blancas y la forma en la que estas representan pureza. La recreación de la boda zinacanteca empieza cuando en algunos casos todas las personas que van en el tour deciden vestirse con traje de novios, traje de diario y en algunos casos de padrinos; decidiendo eso cada uno de los turistas se dirige a una de las mesas que cuenta con mercancía a la venta.

Enviar cada turista a una mesa tiene dos fines: el primero es que sea más rápido tenerlos vestidos y listos para la recreación, y el segundo es que para su regreso en donde se quitan el traje puedan interactuar con la mesa en donde lo vistieron para ver sus productos; esto hace que el proceso de ventas también tenga una planeación previa.

Cuando se encuentran ya todos vestidos se organizan los novios y los padrinos a la mitad del espacio y los invitados a los dos lados; en este momento les dan una pequeña copa con una degustación de *pox*, cuando todos tienen su copa les dicen que van a aprender a brindar en *tsotsil* y que deben levantar su copa y decir *kichbam* que significa ¡salud!, luego les sirven otras dos copas enseñándoles algunas palabras para luego brindar con un dicho mexicano “estiro mi mano, doblo mi codo y me lo chingo todo”.

Luego del brindis, las mujeres les piden a los invitados y padrinos que se coloquen alrededor de los novios para bailar un baile tradicional, les aclaran que solo deben hacer una dobladita y girar alrededor de los novios. Después de bailar y escuchar la canción, les ponen la Chona⁷, la cual los entusiasma y pone a bailar más rápido.

Finalizando la ceremonia todos se separan y siempre se les ofrece el *pox* en botellas de medio litro, por si se quieren llevar una de recuerdo será a tan solo cien pesos. Cada persona se dirige a la respectiva mesa donde le pusieron el traje y ahí les ayudan a quitarse fajas, sombreros y vestidos que les fueron puestos. Finalmente, les ofrecen los productos de la mesa.

2.4.5 Zona de ventas (separación de mesas)

La zona de ventas es el fin último del recorrido: la posible obtención de un recuerdo de su trabajo que implica la compra de un producto de la zona de ventas. Esta zona está plenamente organizada en la mitad de la Casa, ya que lo que era en algún momento la sala de estar de la familia, fue convertida en el área de ventas. Esta área está delimitada por mesas; cada una de las cuales es administrada por una de las hermanas González y en los casos de Juana y María sus hijas también se encargan de las ventas; en el caso de Petra su esposo en ocasiones especiales se encarga de vender:

⁷ Canción popular mexicana

Desde el lunes que vine, me di cuenta de que ya no veo a una de las hermanas de Esperanza, y preguntando por ella, me dijeron que tuvo una niña y que está en reposo. También desde ese día veo que su esposo sale a vender en el puesto, ofrece y hace varias ventas, se me hace curioso porque es el único hombre de la familia que vende. Me dicen que igual no lo hace muy bien pero que se esfuerza porque sabe que Petra no va a poder salir en unos días. (Diario de campo, 11 de mayo de 2022)

De acuerdo con esta separación, también es clave que en el momento de vestir a los turistas para la boda y luego de quitarles los trajes, cada mujer se encargue de ofrecer los productos de su mesa; por lo general, lo que se suele ofrecer primero son unos rebozos de diferentes colores, y si no le agrada esto al turista se muestran otras cosas como los centros de mesa y las blusas. Generalmente el turista ve esto y decide si comprar allí o dirigirse a otra mesa.

Terminando la presentación del telar se deja en claro que todo lo que se ve allí para la venta es el trabajo de cinco hermanas y que cada puesto es diferente (Figura 8). También dicen que no son precios fijos, que se tienen descuentos y que pueden preguntar por ellos, esto se repite cuando el turista no quiere comprar en una mesa y dice que va a otra, y las mujeres le dicen que las otras mesas ya son un trabajo distinto que no todo es lo mismo.



Figura 8. Esme en el puesto de su mamá.

En muchos casos los turistas están interesados en hacer compras casi desde que entran a la zona. Otros grupos, sobre todo extranjeros, no suelen sentirse muy atraídos a comprar, hacen

un recorrido rápido y agradecen. Dependiendo de la cantidad de gente que quiera comprar se afana o no la entrada a visitar la cocina.

2.4.6 Visita a la cocina

Después de un tiempo considerable, de acuerdo con los compradores, en la zona de venta se invita a los turistas a la cocina para degustar unas deliciosas tortillas hechas a mano, frijolitos, pepita de calabaza molida y queso fresco. Entrando lo primero que se les pregunta a los visitantes es si quieren un poco de café de olla, el cual se indica que tiene piloncillo, o café negro.

En la cocina, lo primero con lo que se encuentran los turistas es con una estufa alimentada por leña que mantiene un comal lo suficientemente caliente para calentar tortillas de manera constante. En el puesto de las tortillas está una de las mujeres más jóvenes de la Casa, ella se sienta de cara a los turistas y frente a ella está una mesa con todos los productos de la degustación (Figura 9).



Figura 9. Frijoles en la olla con tortillas o tostadas.

La cocina tiene varias sillas pequeñas en las que se pueden sentar los turistas de contexturas más delgadas y también cuentan con un pequeño sillón para los turistas más robustos;

entrando todos toman asiento y esperan a que sea el momento de armar su taco, que suele tener la unión de los alimentos propuestos.

En este momento algunos guías explican un poco de la cocina y los alimentos que se degustan en ese momento. También narran los elementos de la dieta zinacanteca, para evidenciar que los visitantes se encuentran viviendo una experiencia real en una auténtica cocina:

Pasamos a una cocina, donde por supuesto Miguel seguía hablando de la importancia de las cocinas “humildes”; realmente no las llamaría así, en esa cocina había una mujer haciendo tortillas a mano en serie, es decir que hacía varias muy rápido. [...]. La mujer hizo varias, las acompañamos con frijoles, queso, salsa y semillas trituradas de calabaza, debimos dar un aporte directo para degustar [...] Ahí nos dijo que los zinacantecos eran casi vegetarianos y que por eso vivían muchos años. (Diario de campo, 12 de octubre 2021)

Luego de que la mayoría de los turistas comen una o más tortillas, dejan una propina en una caja con candado localizada junto a los alimentos (Figura 10); algunos turistas también les dan propina a las jóvenes que hacen las tortillas, agradecen en múltiples ocasiones y se retiran.



Figura 10. Caja de propinas y viseras de gallina.

2.4.7 Despedida

Saliendo de la cocina los turistas suelen comprar alguna cosa que hayan decidido de último momento, o solo se despiden de todas las mujeres de la zona de ventas; en ese momento los

guías suelen salir de la otra cocina en la que ellos se encuentran comiendo para despedirse también de las mujeres de la Casa y contarles si regresan o no al día siguiente.

Hoy dos guías salieron bastante enojados porque habían venido con un grupo de extranjeros, y mientras les hacían la explicación, ellos entraron a la otra cocina porque pidieron pollo apanado⁸, y ensalada y más cosas; salieron disgustados porque los turistas se quisieron ir rápido y no los dejaron terminar de comer, dijeron que luego venían con gente más chida. (Diario de campo, 16 de mayo de 2022)

El tour termina después de que los turistas dan un pequeño recorrido en el centro de Zinacantán y conocen la iglesia de San Lorenzo, y en algunos casos pueden conocer el panteón.

2.5 Hacer etnografía en un espacio doméstico

De acuerdo con lo expuesto sobre el espacio doméstico turistificado, y el caso de una familia zinacanteca, que no solo ha sido pionera en el oficio de la presentación de su Casa y sus artesanías a forasteros, sino que se ha mantenido en esta presentación por más de diez años, implica varias reflexiones: por un lado no solo es un evento económicamente rentable, sino que también implica organizar a todas las mujeres de una familia a partir de un negocio que, aunque familiar, tiene un carácter financiero personal.

Sobre la Casa misma, es relevante la forma en la que las mujeres que ahí laboran han organizado el espacio de la zona de ventas como un lugar común, donde cada una tiene su espacio personal de ventas, donde trabajan ellas y sus hijas. Esta delimitación del espacio está ligada a sus cuerpos mismos, siguiendo a Tuan (1977) y McDowell (2000), ya que la forma como se organiza la artesanía, se expone y se vende, va muy ligada a sus propias personalidades, y además a la forma en la que quieren mostrar su fuerza de trabajo.

Siguiendo los alcances de identificar las fusiones entre el espacio y el cuerpo, es interesante la forma en que las mujeres de la Casa exponen el telar, y la forma en la que trabajan en él cuando no hay visitantes; aunque algunas aún trabajan hincadas tal como lo presentan al turismo, otras optan por trabajar con sillas, o no estar más de una hora en la posición porque es tiempo que pierden para organizar su mercancía o hacer ventas, puesto

⁸ En México le dicen pollo empanizado.

que ya no hablamos siempre de cuerpos subyugados a un oficio, sino la forma en que el cuerpo tiene un carácter activo en la monetización del oficio artesanal.

Desde lo que implica un poco más el carácter de lo familiar se encuentra la forma en que las mujeres también se organizan, no solo para mantener el espacio físico y las amenidades dadas al turista, sino para financiar los gastos que eso genera de manera colectiva. Trabajar desde la Casa implica también mantenerla, desde su estructura física hasta el maíz diario que se manda al molino; McDowell (2020) afirma que la familia pasa de una unidad de producción a una unidad de consumo, y esto es parcialmente exacto, excepto cuando la familia se encuentran en doble posición como productoras y como consumidoras, y más desde el mismo lugar que sería la Casa en donde se produce la artesanía y se consumen una serie de amenidades para el turista y para ellas mismas.

Esta tendencia hacia el capitalismo actual que viven las familias zinacantecas también es coordinada con lo propio y lo comprado en otros pisos climáticos, ya que se ha hecho de cierta forma una transición a rasgos del consumismo dado por la necesidad de artículos de fuera de su contexto, tales como aparatos y enseres electrodomésticos, que por supuesto son adquiridos en el mercado y una dieta que ha cambiado al introducir comestibles que ellos no producen, y que son traídos de distintas regiones del país y del mundo hasta sus casas, esto siguiendo a Bauman:

Para que una sociedad sea merecedora de ese atributo, la capacidad esencialmente individual de querer, desear y anhelar debe ser separada (“alienada”) de los individuos (como lo fue la capacidad de trabajo en la sociedad de productores) y debe ser reciclada/redificada como fuerza externa capaz de poner en movimiento a la “sociedad de consumidores”. (Bauman, 2007:27)

El consumo siempre existió en Zinacantán, pero en términos de Bauman aún seguía separado del consumismo “A diferencia del *consumo*, que es fundamentalmente un rasgo y una ocupación del individuo humano, el *consumismo* es un atributo de la *sociedad* (Bauman, 2007:28). Por lo que anteriormente, se tenía más la economía del prestigio y un consumo basado en ello:

Aunque los indígenas adquirirían otros productos en la ciudad, la base de las transacciones comerciales se encontraba en la economía de prestigio en la que se sustentaba el intercambio comercial entre la ciudad y las localidades indígenas. (Toledo, 2022:65)

En la actualidad, aunque aún se mantiene la economía del prestigio también se ha incentivado el consumismo pues no todo lo consumido y ofrecido a los turistas es propio de las milpas de Zinacantán, ni de cultivos propios, puesto que en una vida dedicada exclusiva a las ventas de artesanías les deja un tiempo muy limitado para la agricultura, por ende el consumismo de lo hecho fuera ha empezado a tener mayor cabida en Zinacantán, este también propulsado por la relación con los turistas y los artículos que ellos mismos usan:

El “consumismo” es un tipo de acuerdo social que resulta de la reconversión de los deseos, ganas o anhelos humanos (si se quiere “neutrales” respecto del sistema) en la *principal fuerza de impulso y de operaciones* de la sociedad, una fuerza que coordina la reproducción sistémica, la integración social, la estratificación social y la formación del individuo humano, así como también desempeña un papel preponderante en los procesos individuales y grupales de autoidentificación, y en la selección y consecución de políticas de vida individuales. (Bauman, 2007:27)

Por lo que no se puede afirmar que sean un nuevo tipo de sociedad completamente consumistas, pero si es posible que se haya iniciado un tránsito sobre todo por parte de las familias vendedoras de artesanías, que han acumulado un capital basado en el comercio y que consumen artículos de comercio exterior, e interlocal. Esto ya no solo por el hecho de prestigio, como lo hicieron antes sino también por una costumbre reiterativa basada en su economía de consumir y coexistir con artículos y alimentos que no suelen ser parte de su contexto inmediato.

Al entrar más en el espacio dramatizado o construido para ser vendido con fines turísticos, hay dos cuestiones que se deben tomar en cuenta: por un lado, es necesaria la planeación turística no únicamente en materia de la compra y venta de paquetes turísticos, sino en la forma en que se construye el discurso, tanto por parte de los guías como por parte de las mujeres que trabajan en las Casas.

Aunque el espacio de la Casa por sí solo es llamativo, debe estar acompañado de este paso a paso que queda resumido en este capítulo, ya que finalmente a cada espacio se le da

la carga valorativa en tanto el discurso que es dado por mujeres que trabajan allí o por guías, quienes relatan lo que encontrará el turista previo a su llegada y dentro de la Casa; aunque esto es una estrategia de ventas, también es el hecho de que para que se mantenga la oferta y demanda del tour a pueblos indígenas se necesitan muchos actores en constante trabajo de construcción de discursos y espacios.

2.6 Presencia y vivir la Casa

A partir de una experiencia etnográfica que catalogué como de triple posición, llegué a conocer la Casa de Tejidos desde diferentes ángulos, en los que todos se conectaban por lazos de hilos de algodón e hilos sintéticos. Los postulados teóricos y tener una postura metodológica flexible, me permitió adentrarme a detalles de lo que implica no solo un espacio físico como lo fue la Casa de las hermanas González, sino conocer de primera mano lo que es un espacio construido para el turismo.

De acuerdo con lo expuesto en este capítulo, quería también identificar la importancia de la unión del espacio físico con el espacio construido socialmente y fusionado con discursos para la venta al turismo, y la forma en la que el espacio se configura unido a lo doméstico, pero manteniendo discursos de lo étnico, lo familiar, lo comunitario y lo ligado a los usos y costumbres de una comunidad de Los Altos de Chiapas. También está enlazado a la forma en que las mujeres configuran no solo sus cuerpos, sino su tiempo, su experiencia de vida y demás acciones que tiene que ver con su vida íntima introducida al discurso expuesto al turista, aunque por supuesto no muestra su vida en un estado de desnudez sino en uno de dramatización, pues también es muy delgada la línea entre lo que se quiere mostrar, lo que se muestra y lo que está pasando, pues las acciones se mantienen en constante contacto.

Por otro lado, también hay objetos que determinan la fortaleza de un discurso turístico, como el papel de los altares con santos católicos vestidos de zinacantecos o el papel de los objetos rústicos y desgastados por el hollín en la cocina, porque el objeto por sí mismo también envía un mensaje a quien se toma el tiempo de observarlo, y de igual forma cada objeto se pone a veces de forma estratégica y luego el objeto en sí mismo pasa a ser estrategia, como el telar.

De esta manera las Casas de Tejido pueden ser consideradas un espacio doméstico turistificado construido con fines monetarios, pero que maneja un discurso y una experiencia

física y sensorial en el forastero, en donde lo llevan a una casa diferente a la suya con personas diferentes a las que frecuenta y por ende marca la diferencia en tanto sigue siendo una casa, pero una que permite una experiencia a los externos, y mantiene una rutina en los internos.

Capítulo 3. Relaciones y reacciones en las Casas de Tejidos

Después de decidir que mi verdadero interés en las Casas de Tejidos se encontraba en las personas que configuraban su funcionamiento, consideré necesario hacerlo desde dos perspectivas: por un lado la de las personas internas, es decir, aquellas que no se movían de sus puestos de trabajo para poder mantener el recorrido que tiene un horario fijo; por otro lado estaban las relaciones externas, que hablan de todas esas acciones que sucedían previas a la llegada a las Casas; este capítulo habla de esas relaciones internas que no son fácilmente visibles.

Este capítulo también tiene como fin hacer un análisis de las interacciones de poder que suceden al interior de las Casas de Tejidos, que como defiendo, no únicamente se dan entre las mujeres que conviven en este sitio de trabajo, sino con otros actores relevantes para mantener el tour a pueblos indígenas; de igual forma se realiza la unión entre relaciones de poder, comunicación/discurso y actores sociales.

Para la construcción de este capítulo hice uso del material de campo resultado de mi observación participante y de las entrevistas semiestructuradas, además de las cartografías de las Casas, pues plasmo las observaciones entrelazadas con las opiniones de los actores, algunas percepciones personales y ejemplos gráficos de las descripciones. Considero necesario hablar de las relaciones internas después de conocer el espacio físico de la Casa, para con ello analizar posteriormente las relaciones externas necesarias pero centrales en esta cadena productiva, que de lo local trasciende a una línea global de turismo vivencial.

3.1 Relaciones internas

Para hablar de actores internos hago referencia a aquellas personas que tienen algún tipo de relación en aspectos que exclusivamente suceden al interior de las Casas; estos actores por alguna razón tienen ciertas facultades que solo son válidas dentro de la Casa o en el momento mismo del tour, el cual sucede en el espacio cotidiano. Quiero explicar, aunque sea parcialmente, lo que sucede con estas relaciones y por qué están cargadas de sentido en tanto se alojan en la esfera personal o íntima y la forma en la que ésta posiblemente cambia saliendo del espacio doméstico.

La separación entre actores internos y actores externos está conectada a las posibilidades de generar cambios o mantener el espacio de la Casa, en materia de aquellas micro relaciones y transacciones necesarias para que se lleve a cabo un performance establecido; unas se gestan al interior del espacio y tienen pequeñas acciones que pueden llegar a ser imperceptibles para los actores de fuera.

En este capítulo explicaré aquellas relaciones que suceden al interior de las Casas solamente entre los actores que residen en las mismas o que tienen contacto constante con los espacios, es decir, aquellas personas que resignifican los discursos sobre la cultura zinacanteca y sobre todo aquellas que consideran que la Casa es su contexto permanente.

Se hará referencia a las mujeres que habitan las Casas de Tejidos, a los guías de turismo, a las mujeres artesanas que venden mercancía que luego es revendida, a los vendedores establecidos de productos básicos, y también de algunas interacciones eventuales u esporádicas relevantes para las relaciones internas. Con esto se explican de manera general aquellas relaciones básicas, aquellas que ayudan a mantener diariamente un aspecto y discurso de venta para el turismo.

3.1.1 Intervenciones familiares y de parentesco

Como expliqué en el capítulo anterior, la mayoría de las organizaciones internas en las Casas de Tejidos son de carácter familiar, cooperativo y en muy pocos casos híbridos, es decir, familiar y cooperativo. Por ello, en este primer apartado me quiero referir a las relaciones al interior con respecto a los vínculos sanguíneos, a las relaciones de género de estas familias y además a las cuestiones interpersonales y económicas que relacionan a algunas familias zinacantecas con los flujos turísticos en el municipio.

Las primeras relaciones que me parecen de sumo interés son las que tienen las hermanas, pues la lectura que he hecho del espacio se basa en que cada una de ellas hace un pedazo del área de ventas como suyo: le ponen algo así como un sello personal que define mucho de su orden o flexibilidad y además de su propia vida.

La mujer que se encuentre en su puesto de ventas está en un constante trabajo para vender su mercancía, pero en caso de que alguna de sus hermanas no pueda estar en su espacio vende en los dos puestos o manda a alguna de sus hijas a ofrecer la mercancía de su

hermana. En caso de que un turista quiera una prenda y que la dueña no se encuentre, la mujer que está vendiendo tratará de cerrar la venta, así la prenda no sea de ella; cuando acaba el momento de ventas, de manera inmediata se le entrega el dinero a la mujer dueña de la mercancía, y no se cobran comisiones internas de una hermana a otra.

Aunque las hermanas tengan dichas redes colaborativas, éstas no son constantes; las colaboraciones se dan porque alguna hermana está en el telar o en la cocina, o incluso recibiendo turistas en la entrada, y entonces, como una está atendiendo una parte del tour necesaria para que funcione todo el recorrido, es casi un deber de las que se encuentren vendiendo estar pendientes de posibles ventas en los puestos que no son suyos, y lo afirmo en materia de deber porque no siempre están muy dispuestas a hacerlo.

Estas redes colaborativas se dan en ocasiones específicas, pues cuando todas las mujeres se encuentran en sus respectivos puestos, lo normal es ver un ambiente de competencia constante en donde tratan de atraer turistas a su puesto de todas las formas posibles; aunque el conducto regular es que el turista se dirija al puesto en el que se le ofrece la mercancía, cuando se empieza a mover para ver la tienda, se abre esta posibilidad de que otra mujer lo atraiga a su mesa, y cuando es muy notorio que alguna hizo más ventas que otra, se le pregunta disimuladamente a algún comprador cuánto costó lo que lleva:

Ese día vi a una de las hermanas preguntándole a un turista que cuánto le había costado esa blusa, y la chica le dijo que 700 pesos; ella hizo mala cara y vi que le contó a otra hermana; luego empecé a escuchar que todas ofrecían esas blusas en 600; fue algo así como regulación del mercado (Diario de campo, 15 de mayo de 2022).

Las mujeres hacen estas preguntas con el fin de revisar si alguna bajó los precios y por eso anda haciendo tantas ventas; en caso de que alguna baje los precios las otras tratan de acomodarse a éste sin avisarse entre ellas, pero esto con el fin de obtener más ventas. Estas acciones hacen que internamente no solo haya competencia, sino que se dé una regulación de los precios precisa, aunque posiblemente no planeada, acción que se da para que ninguna pierda clientes.

Existen ciertas ventajas y desventajas ligadas a la vida familiar y la venta al turismo; una de las más notable para las mujeres que están casadas y tienen hijos, es que invierten buena parte de los recursos económicos de su familia en la compra de mercancía para vender, lo que hace que sus puestos tengan un amplio bagaje de mercancía y elementos para escoger,

además de que cuentan con el apoyo de sus hijas mujeres para la venta en sus respectivos puestos; también las hijas suelen tejer o bordar material que luego es vendido en el puesto, por lo que cuentan con inversión y mayor fuerza de trabajo.

Por otro lado, las hermanas solteras únicamente cuentan con su fuerza de trabajo y solo en algunos casos sus padres las apoyan para comprar el material inicial de venta, pero de esa misma forma únicamente tienen que mantenerse ellas, y las ganancias que obtengan se redistribuyen directamente en sus vidas. Por supuesto las solteras tienen gastos ligados a su vida en la Casa, pero éstos se pagan por porcentajes, ya que ellas no son las cabezas de familia. Para las mujeres solteras es importante que, en caso de casarse, el hombre con quien lo hagan apoye su trabajo y entienda la importancia de éste para la economía familiar:

La señora que le tomó la foto al trabajador del vivero, le dijo que era un chico muy guapo, que si Esperanza estaba casada, que él sería un buen partido, y ella dijo que para nada, que no quería en su vida hombres amargados, que no les gustara la artesanía o que la obligaran a levantarse a las 5 am para tenerle listas tortillas, que así ella no quería casarse. (Diario de campo, 12 de mayo de 2022)

Las hijas jóvenes que apoyan a sus madres cuentan con una retribución monetaria por parte de éstas, en algunos casos algo directamente como un sueldo, el cual se elige de acuerdo con las horas de trabajo en el puesto y los días de la semana laborados,⁹ luego se hace el cálculo y se elige si puede ser semanal o quincenal el pago. Otras hijas no trabajan por un sueldo establecido, pero sus madres les dan pequeñas sumas “para el gasto”¹⁰ y se encargan de un bienestar mucho más integral en materia de comida, ropa y algunas “demandas” que son solicitadas por sus hijas; esto también lo comentó Julio¹¹ sobre el trabajo de las hijas para sus madres:

Son familiares de Paola, son las hermanas, las sobrinas, o sea, todo es en familia. En cierta ocasión a una muchacha le pregunté, oye se ve que te va bien; sí, dice, pero es que esto no es mío, esto es de mi mamá yo na’ más vengo a vender; ah, le digo, entonces trabajas para tu mamá, me dice no, na’ más me manda mi mamá a vender

⁹ La mayoría de las jóvenes trabajan de lunes a lunes y no hay un día destinado para el descanso, pero las madres tampoco lo tienen.

¹⁰ Dinero entregado en forma de mesada.

¹¹ Guía de turismo que hace tour a pueblos indígenas.

aquí en la cooperativa, y pues yo vendo. Y ¿cuánto te paga?, y me dice: no me paga nada, y le digo pero cómo trabajas sin sueldo si se ve que eres buena vendedora: sí, dice, pero mi mamá me compra todo lo que necesito: ropa, comida, y dice que lo que yo le pida ella me lo da y pues yo vengo a trabajar (Entrevista San Cristóbal de Las Casas, 24 de marzo del 2022).

Las hijas más pequeñas entre los cinco y nueve años también empiezan a acercarse al trabajo en los puestos de sus madres, más con la tarea de atraer turistas a la mesa y que su madre o hermana les vendan algo; las más pequeñas no reciben ningún pago pues no están todo el tiempo en el puesto ya que la mayoría asisten a la escuela, pero de igual forma las madres les dan algo de comer o de ropa por el tiempo que ayudan. La mayoría del tiempo juegan o en algunos casos incluso se encargan de alguna parte del recorrido; como Esme¹², quien les enseñaba a brindar en tsotsil a los visitantes y acabando les ofrecía el litro de *pox*: “Hoy Esme hizo el brindis en tsotsil, y como siempre ofreció el litro de *pox* a 100 pesos, luego de eso estaba muy contenta porque le dieron 70 pesos de propina” (Diario de campo, 20 de mayo de 2022).

Las redes colaborativas entre hermanas siempre son más visibles, aunque al mismo tiempo estas redes se acompañen de competencia de producto y de estrategias de venta, revisando el trabajo de unas y otras. El papel de las hijas mayores es sumamente estratégico para los procesos de venta, y además como proceso de transmisión de conocimiento del oficio y del negocio, acción que pretendo analizar más adelante. En conclusión, existe una preparación para el trabajo artesanal a partir del género en donde las hijas se preparan desde muy jóvenes para manejar las finanzas y para vender artesanías, manejando el discurso sobre las mismas.

3.1.2 Hombres en la Casa

La relación de los hombres de la familia con la venta del producto artesanal es ocasional pero de igual forma presente y vinculante; los hombres que he visto en medio de la venta o desarrollo del tour son en su mayoría los hermanos menores de las mujeres y en algunas ocasiones sus esposos; a los hijos menores no es muy común verlos trabajando en la venta

¹² Niña de siete años, hija menor de una de las vendedoras de la Casa de Tejidos.

de artesanías porque en su mayoría se encuentran en la escuela o trabajando en los invernaderos de sus familiares; algunos cuantos aprenden a manejar muy jóvenes y hacen viajes en taxi a San Cristóbal.

Los hijos jóvenes, aunque no se encuentran todo el tiempo al interior de las Casas de Tejidos, es común verlos a las horas de la comida o haciendo visitas esporádicas para preguntarle cosas a sus madres o solo pasando a saludar a sus hermanas y tías. En un caso muy particular que encontré, había un grupo de hijos de mujeres de una de las Casas, que se dedicaban a hacer un tour por unos viveros que se encontraban en la parte de atrás de la Casa; explicaban todo de una forma memorizada, pero en el discurso que manejan hacen saber que a eso se dedicarán y que por eso saben tanto del tema.

Otro caso particular era el de algunos hijos jóvenes que aprendieron a usar las máquinas bordadoras y eran los encargados de hacer bordados de flores, animales u otros objetos, por lo que la hermana mayor hacía una base en el telar y el hermano se encargaba de hacer los bordados sobre esa base, fue un caso relevante que luego noté que se repetía con uno de los hijos de las hermanas González, quien también usaba la bordadora (Figura 11).



Figura 11. Joven en máquina bordadora.

Los hijos varones suelen estar más tiempo con sus padres y aprender más del oficio que ellos ejerzan; por eso es muy poco común verlos trabajando en las Casas de Tejidos, pues por las mañanas la mayoría se dedica a estudiar y por las tardes a trabajar en el oficio al que se dedica su padre, o en caso de que su padre no este con vida se dedican al oficio de sus tíos, y en algunos casos acuden a cursos dirigidos por la escuela cuando su madre y padre lo permiten.

Los hermanos más jóvenes son otros de los protagonistas en las Casas; a estos sí se les ve algunas veces, no solamente a la hora de la comida sino cuando hay turistas; muchos de ellos también tienen algún tipo de vínculo e incluso compadrazgo con guías de turismo, y también suelen salir a saludar y continúan sus oficios en otros lugares. Cuando tienen mayor confianza ofrecen *pox* o ayudan a servirlo, pero esto suele ser en casos muy especiales, como cuando las hermanas tienen casa llena.

Un caso muy particular lo encontré en una de las Casas de Tejidos, donde uno de los hermanos menores contaba con su propio puesto de ventas, el cual no tenía mucha mercancía, pero sí se le veía esforzándose mucho por vender; la relación de este joven con el puesto tenía muchos puntos de vista, pero es de admitir que verlo vendiendo entre tantas mujeres y niñas siempre es muy notorio:

Luego en esta primera visita empezamos a hablar mucho con un señor (el único hombre del lugar); descubrimos con él que todos en aquella Casa eran familia, nos dijo que se apellidaban González; su jefa, por así decirlo, era una mujer grande y robusta, no nos dijo su parentesco, pero se notaba que lo vigilaba. (Diario de campo, 12 de octubre del 2021)

Lo interesante del reto del hermano menor era que las mujeres de la Casa se sentían con la potestad de hacerle reclamos por su comportamiento, o de decirle que estaban en desacuerdo con su forma de vender o relacionarse con los turistas, pues su experiencia en ventas les daba la autoridad para hacer juicios de valor sobre él y sobre su vida en muchos casos; de igual forma muchos de estos reclamos eran en el contraste que sus hermanas tenían sobre sus propias vidas resueltas frente a la de él, lo que generaba frustración en ellas:

Unos minutos después llegó el hermano, completamente borracho [...] las hermanas estaban súper incómodas y se nota que las sobrinas le tienen mucho miedo, pero las hermanas más que miedo, le tienen fastidio, [...] y escuché un gran regaño en tsotsil de su hermana mayor Pascuala; nunca había escuchado a alguien que hablara tan rápido en tsotsil; luego él salió súper regañado y se quedó en la parte de adelante y no entró más. (Diario de campo, 10 de mayo de 2022)

Otros protagonistas importantes son los esposos, y su mezcla entre presencia o transparencia. Los esposos de varias mujeres de las Casas de Tejidos están muy pendientes del negocio, pues son plenamente conscientes de que de aquel puesto depende buena parte de su economía familiar, y con ello es necesario mantenerlo en buen estado y con bastante mercancía; estos hombres suelen en su mayoría pasar y hacer visitas cortas que duran máximo entre diez o quince minutos; no siempre van a la hora de la comida, pero es notorio que están en constante comunicación con ellas, pues las llaman todo el día.

Un caso interesante —pues fue el único que me encontré en campo— fue el de Petra y su embarazo, pues viendo su esposo que ella estaría convaleciente durante varios días, decidió que lo mejor era relevarla y en este relevo no solo se encargaba de la venta en el puesto sino también del cuidado de un hijo de cinco años, de quien estaba pendiente mientras vendía; vi a su madre en varias ocasiones mientras esto pasó, pero ella solo se encargaba de cocinar o destazar las gallinas, pues a nunca vi a los hombres de ninguna familia cerca del comal. En este caso noté que de cierta forma se compartían los roles de género, pero sobre todo el de proveedor que reconoce la importancia para la economía familiar que tiene el puesto de ventas de su esposa; también es interesante que se compartieran las labores del cuidado de uno de los hijos, pues aunque el esposo de Petra pudiera dejar su hijo con su madre, decidía cuidarlo él aun cuando estaba vendiendo.

Algo importante que observé fue el hecho de que los hermanos hombres mayores muy rara vez se acercaban a la Casa, pues en su mayoría ya tenían sus propias familias, compromisos y negocios; en muy rara ocasión llegaban a preguntar a sus hermanas por su trabajo, y sobre todo sus visitas iban ligadas a la visita de sus padres, pues en las Casas de Tejidos, por lo general, viven el padre y la madre de quienes allí trabajan. En uno de los casos, uno de los hermanos mayores tenía su propio vivero dentro de la Casa, y permitía que los hijos menores de sus hermanas hicieran recorrido a los turistas. En la Figura 12 se muestra un ejemplo del recorrido en los viveros de una de las Casas.



Figura 12. Cartografía y ruta de trabajo de niños en el vivero.

Los padres, por su parte, salen del espacio privado de las Casas solamente a hacer algo ligado a lo doméstico como calentar tortillas, servirse un *pox*, o cambiar los arreglos florales de los altares; nunca los vi hacer ningún tipo de intercambio con guías o turistas, aunque en algún caso en una de mis visitas como turista encontré que todo el mundo observaba a un señor en el altar, quien era el padre de una de las encargadas de una de las Casas, y vi cuando ella solicitaba a los guías que por favor los turistas no molestaran a su papá:

Entramos a la Casa; efectivamente esta sí tenía la unión de casa con negocio [...], nos encontramos con un señor mayor, y el guía nos dijo que se llamaba don Mariano, que no nos acercáramos, que el señor era una autoridad de Zinacantán y tenía un voto de silencio después de la muerte de su esposa, y que se dedicaba a resguardar y celebrar a la virgen de Guadalupe; luego escuché que se le acercó la dueña de la Casa y le dijo que no molestaran al papá. (Diario de campo, 21 de noviembre del 2021)

Finalmente, los personajes centrales en la Casa son las mujeres que se encuentran en los puestos de ventas, que como ya nombré, mayoritariamente son hermanas, quienes, acompañadas de sus hijas mayores y menores se encargan de la venta y de mantener el

recorrido interno en la Casa. Sus hermanos hombres mayores y menores tienen acercamientos esporádicos, sus esposos tienen un interés directo con las ventas, pero por lo general no tienen ningún vínculo con el proceso; de igual forma los padres de las mujeres, aunque están enterados de los procesos turísticos que se dan en su propia casa, no ejercen ninguna acción en el recorrido (Figura 13).

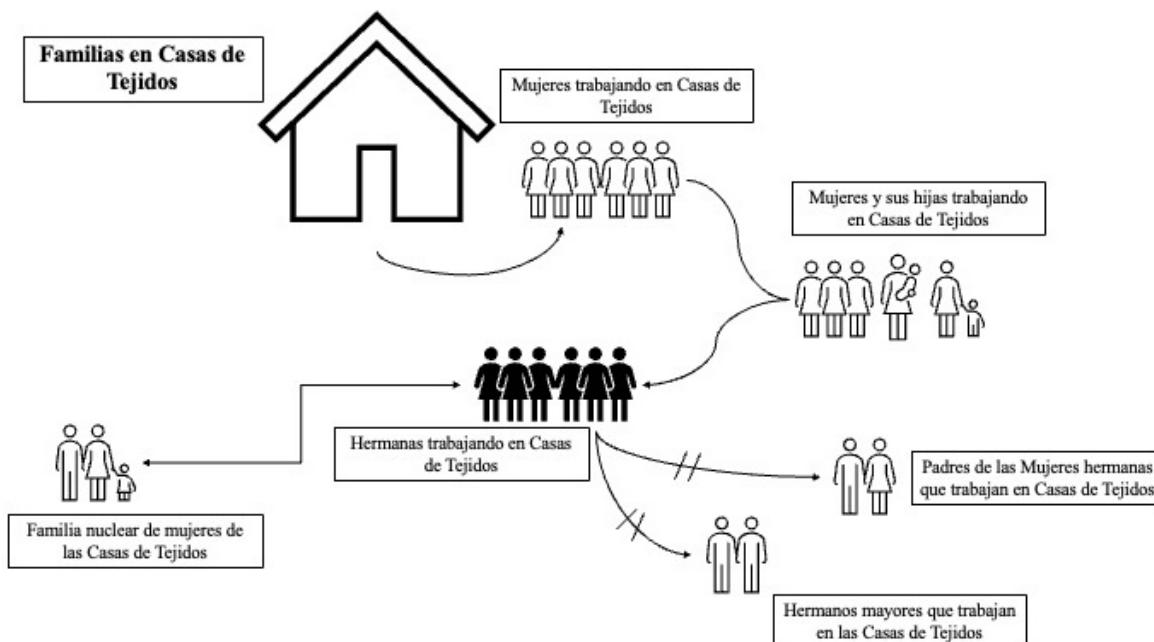


Figura 13. Esquema de mujeres y familia en las Casas de Tejidos.

A manera de análisis es interesante notar el papel de la mujer en el trabajo interno remunerado y lo que implica su doble presencia en casa está entendida como la forma en que las mujeres “durante el tiempo de trabajo remunerado [...] debe gestionar sus responsabilidades domésticas y, durante el tiempo privado, debe organizar o gestionar de alguna forma sus responsabilidades profesionales” (López *et al.*, 2018:34). Este término que está siendo constantemente utilizado para referirse a la doble carga laboral, es sobre todo utilizado para analizar la situación de las mujeres que tienen mayor trabajo establecido en una empresa y deben seguir gestionándola en casa y organizando actividades domésticas desde el trabajo. Para el caso aquí presentado se cuestiona esta doble presencia pero desde el espacio mismo

de la empresa en casa, y el quehacer cuando la casa es la propia empresa y en ella no se dejan de atender ni por un instante las labores mismas del cuidado.

Siguiendo a una de las autoras que analiza la fusión del trabajo con el género, afirma que “es notable la presencia de mujeres en las empresas turísticas y es común que ellas tomen la iniciativa de abrirlas porque les permite combinar las tareas domésticas y del hogar” (Fuller, 2018: 300). Efectivamente, las mujeres de Las Casa de Tejidos afirmaban que lo ideal del trabajo era que se podía hacer desde casa y que no descuidaban ni a sus hijos, ni a sus familiares ni, en algunos casos, la labor de cuidado con algún familiar enfermo.

Aunque efectivamente trabajar desde casa abre la posibilidad de gestionar dinero propio para las mujeres sin tener que pasar por el esquema de moverse por la ciudad o paraje, esto con el fin de conseguir sustento para ellas y su familia, es notorio que el trabajo desde casa también implica un mayor desgaste físico, emocional y de cargas para las mujeres que lo ejercen. Hay que tener en cuenta que la doble presencia no aplica de la misma forma para mujeres solteras que para aquellas que tienen hijos. Las mujeres con hijos deben encargarse del cuidado de los mismos, de estar pendientes de sus compromisos escolares y de enseñarles a los mayores el oficio de la empresa familiar mientras están pendientes de su alimentación, y otros factores del cuidado familiar que realizan mientras venden en la Casa de Tejidos. Por otro lado, las mujeres solteras pueden gestionar sus espacios de descanso cuando no hay clientes, o de salidas a hacer compromisos personales también cuando no hay clientes, pero de igual forma siempre que haya hermanas solteras, estas por lo general son las encargadas de los familiares enfermos. Finalmente, el vínculo familiar y la doble carga atraviesan de diferentes formas a mujeres solteras y mujeres casadas, no obstante recae sobre ambas; un peso directo en materia de labores es el cuidado que deben mantener con su familia mientras producen dinero desde casa. Esto no es visto como algo necesariamente negativo, pues la obtención de dinero las pone en otra posición de poder al interior de la organización familiar.

Dicha posición de poder en la que se ubican las mujeres a partir de producir dinero para el núcleo familiar no necesariamente las pone por encima de los hombres de sus familias, y es demostrable que de igual forma su esfuerzo es doble para llegar a esa esfera de toma decisión vinculante, por lo que su ascenso en la estructura familiar “no se vive como una ruptura del patrón tradicional sino como proyecto familiar en el que cada uno de los

miembros de la familia ‘jala la carreta’ según sus posibilidades y circunstancias” (Fuller, 2018: 301). Siguiendo a la autora, estos esfuerzos dobles no se ven como un logro sino como algo que deben de hacer las mujeres de acuerdo con las posibilidades.

Volviendo al caso de estudio, las mujeres que trabajan en las Casas de Tejidos terminan asumiendo su propio trabajo como su deber directo con la familia y no como una carga diferente frente a otros trabajos como el de sus compañeros o familiares hombres. De alguna forma, como su trabajo está vinculado a un oficio que han hecho desde niñas, no hay mayor remedio que monetizar a partir del mismo. Finalmente, la estructura familiar no se rompe frente a la presencia del trabajo en casa. Aunque sus transformaciones sean incidentes esto no implica que la estructura patriarcal de familia zinacanteca se vea destruida; como lo explica Fuller:

Ello no supone un cuestionamiento del patrón tradicional de familia sino una cierta innovación en las relaciones de pareja a través de la reevaluación de las actividades asociadas con lo femenino y de sus aspectos de la masculinidad que no derivan de su posición del varón como proveedor y jefe de familia. (Fuller, 2010: 302)

Siguiendo a la autora, la masculinidad no se ve comprometida, aunque las mujeres empiecen a tener mayor incidencia como proveedoras, sino que de cierta forma se revaluó la forma en la que un único miembro de la familia debía proveer a todo el núcleo, y pasó a ser parte de los deberes de las mujeres el ser proveedoras y cuidadoras. Efectivamente, no es la forma ideal de intentar romper la estructura familiar zinacanteca, no obstante el modo en que se está llevando a cabo de alguna manera ha venido rompiendo con los actos más masculinos y dominantes, trasladando a mujeres a esferas de decisión de manera muy sutil, y creando paso a paso cambios generales en la manera en la que se construye familia en Zinacantán.

A pesar de que se reproduzcan las viejas relaciones entre mujeres y varones bajo la nueva forma de participación tan relevante de las mujeres en la economía familiar, las jóvenes han empezado a cuestionar esos papeles socialmente asignados a los géneros, sobre todo aquellos ligados al matrimonio, pues saben cada vez más que su capacidad de trabajo y su vida ligada a la artesanía les da ciertas garantías de elección en caso tal de que alguien quiera casarse con ellas, siendo esto una preocupación, pero ya no el centro de sus vidas.

3.1.3 Interacciones con mujeres zinacantecas

En este apartado haré referencia a aquellas relaciones que tienen las mujeres de las Casas de Tejidos con otras mujeres de Zinacantán, en términos de los intercambios alrededor de las piezas textiles y los requerimientos existentes para buscar una mayor cantidad de piezas de acuerdo a la demanda turística que hay en estos lugares; también hablaré de mujeres de lugares diferentes a Zinacantán que hacen presencia en la Casa en torno a la venta de algún producto que no se encuentre fácilmente en la comunidad.

A las Casas de Tejidos se dirigen —en horarios diferentes al de alto flujo de turistas— comerciantes de distinta índole, sobre todo mujeres. Las mujeres que trabajan en estas Casas por lo general no salen durante el día a hacer compras personales o a comprar mercancías para sus negocios, sino que son las comerciantes las que siempre las buscan en sus Casas; cabe aclarar que las hijas jóvenes y las mujeres más jóvenes que trabajan en la Casa son las encargadas de hacer compras inmediatas, tales como: jitomates, verduras, tortillas, moler el maíz, o buscar implementos diarios de cocina o limpieza, los cuales se necesitan en el momento y se pueden encontrar de forma cercana en alguna tienda.

Anteriormente expliqué las relaciones de las mujeres de las Casas de Tejidos con sus hermanas e hijas, las cuales suceden internamente y están ligadas a sus vidas personales, pero sobre todo en un entorno laboral. En ese entorno se encuentran inscritas otras mujeres jóvenes, quienes reciben un salario por su ayuda particularmente en tareas de la cocina y de limpieza; este salario está unido al hecho de que se les proporcionan tres comidas diarias. Las mujeres que trabajan allí tienen entre catorce y dieciséis años; por lo general se les paga por estar pendientes de la limpieza de las Casas, pero solo en el área que los turistas recorren, también son las encargadas de tortear en fila, es decir, que gran parte del día hacen tortillas para los turistas y a veces para las mujeres de las Casas. Estas mujeres jóvenes están todo el día en las Casas: son las primeras en limpiar por las mañanas y las encargadas de hacer todo lo que el turista va a degustar, de igual forma son responsables de la cocción de los alimentos y de preparar las salsas, siempre controladas por una de las mujeres de la Casa, quien se encarga de validar su *sazón* y su limpieza, pues se les exige lavarse las manos previo a amasar y después de terminar de hacer las tortillas.

A pesar de que estas jóvenes se encuentran todo el día en la Casa, ninguna de ellas se encarga de ayudar a otras en sus puestos de ventas, pues esto mismo es responsabilidad única de miembros de la familia. En algunas ocasiones especiales salen de la cocina, en particular cuando hay demasiados turistas, pero al salir solo ayudan a servir *pox* o a organizar el telar; por lo general no se les permite vender, ya que tratan de evitar que tengan contacto directo con el dinero que traen los turistas, acción que no siempre es controlable ya que muchos turistas les suelen dejar propinas directas mientras hacen las tortillas.

A estas mujeres jóvenes no se les tiene mucha confianza en tanto no existe un vínculo de parentesco con ellas, y es por ello que se les ejerce cierto control por todas las personas de las Casas, en particular con temas de dinero; de igual forma, en caso de que fueran groseras con un visitante se les regaña fuertemente, y argumentan su mal comportamiento al hecho de que como no son de su familia no saben cómo las crían en sus casas.

Las relaciones con estas mujeres están permeadas por el género, la clase y un factor económico influyente, donde ellas como trabajadoras gozan de derechos limitados frente a la familia dueña de la Casa. La única relación económica permitida es la del salario entregado de forma semanal y se castiga (con inclusive retirarlas de la Casa) cada que obtienen otra búsqueda diaria de ingresos como propinas directas de los turistas.

3.2 Relaciones internas mixtas

Este apartado hace referencia a aquellas interacciones con personas que repercuten directamente en las relaciones internas, es decir, aquellas relaciones que configuran no solo el espacio físico de las Casas de Tejidos, sino que generan acciones y reacciones internas que permanecen en las Casas; con ello también haré referencia a elementos u objetos externos que entran a la Casa y las personas que los llevan; estas relaciones las catalogo como “mixtas” en tanto que, aunque vienen de fuera, generan cambios sustanciales al interior.

3.2.1 Guías de turismo

Los guías de turismo tienen un doble protagonismo como actores sociales en las interacciones denotadas en las Casas: por un lado, están sus relaciones internas, las cuales configuran el espacio turístico y, por otro lado, están sus relaciones externas y todas aquellas acciones previas a la llegada a la Casa, de las cuales haré referencia en el siguiente capítulo.

Sobre las relaciones internas, es necesario dejar en claro que los guías de turismo, sean hombres o mujeres, no solo configuran el espacio en materia de su presencia, sino que lo ratifican con el discurso que construyen diariamente, aquel que habla de la importancia de conocer *comunidades vivas*, las lenguas destinadas a desaparecer o en su defecto conocer a los últimos mayas sobre la tierra¹³; hablo de estas partes del discurso debido a que son las que más configuran el relato que se debe mantener y con ello la posteridad del mismo recorrido.

Los guías de turismo tienen todo previamente pactado y organizado antes de su llegada con visitantes; primero siempre llaman o escriben a la mujer encargada de alguna de las Casas para avisarle la hora de llegada y la cantidad de turistas con la que irá por otro lado, muchos de ellos tienen exigencias alimenticias sobre todo en las horas del desayuno, por lo que las mujeres en las Casas les preparan alimentos y los tienen listos en una cocina aparte, para que los turistas no vean a los guías comiendo¹⁴.

Los guías dentro de la Casa tienen dos opciones de trabajo: por un lado, algunos se encargan de describir y presentar todos los espacios del recorrido interno, dejando a las mujeres hablar exclusivamente en la zona de presentación del telar; por otro lado, algunos únicamente invitan al saludo inicial y dejan la responsabilidad del recorrido a las mujeres que trabajan en la Casa, esto para el caso de los recorridos en español, pues aquellos que se hacen en inglés, francés o italiano¹⁵, los lideran únicamente los guías¹⁶.

Existen varios puntos de tensión en la relación de los guías y las mujeres de las Casas; el primero sería el punto de aceptar el discurso de los guías, el cual muchas de ellas

¹³ “A mí me parece de lo mejor siempre que voy con turistas al final del tour dejarles claro que estos son los mayas que hoy siguen vivos, las comunidades que trabajan artesanías que vienen de mucho tiempo atrás” (Entrevista San Cristóbal de Las Casas, 1 de abril del 2020).

¹⁴ Es probable que los guías coman en un lugar separado debido a que a los turistas no se les ofrece un desayuno completo sino una degustación, y ver a los turistas comer implicaría una serie de preguntas complejas.

¹⁵ Exceptuando el caso de Toña, mujer zinacanteca que hacía recorridos en Italiano y Francés: “no sé, a los franceses e italianos les gustaba muchísimo ir con Toña, porque Toña tuvo una oportunidad de aprender un poco de italiano, un poco de francés, entonces les encantaba escucharla hablar y tal, entonces empezamos a dirigirlo ahí, eso ha ido cambiando” (Entrevista San Cristóbal de Las Casas, 1 de abril del 2020).

¹⁶ En varias ocasiones mujeres de las Casas me comentaron sobre su interés de hablar inglés para poder hacer ellas mismas los recorridos en ese idioma.

consideran exagerado, pero lo aceptan en tanto logra atraer mayormente a los turistas; en segundo lugar, las mujeres consideran muchas veces excesivas varias peticiones de los guías y en especial las actitudes con las que suelen pedir cosas, pero también aceptan sus comportamientos debido a la cantidad de turistas que llevan:

Este día estuvo muy lleno de drama; lo primero es que un guía hizo una gran pataleta que porque no le servían la comida rápido y que no había alcanzado a comer a gusto, y cuando salió de la cocina empezó a decirle a los otros guías que mejor fueran a otra Casa porque acá eran muy lentas. Por supuesto ellas le ofrecieron disculpas, pero apenas se fue se sintieron bastante ofendidas [...]. Luego de eso veía que estaban discutiendo en tsotsil, y ahí me acerqué y una de ellas llamó al guía que hizo la pataleta y le pidió de nuevo disculpas por las molestias y que siguieran visitándolas; al final les interesó más no perder al guía, pero el enojo permaneció todo el día. (Diario de campo, 24 de mayo de 2022)

Un momento recurrente en el tour y el cual depende mucho del trabajo de los guías, es el de la venta del producto, donde casi se siente que el guía tiene “el deber” de convencer a los turistas que los productos no solo son hechos a mano, sino que son hechos por las manos de las mujeres que están en el lugar; de ello no únicamente depende una buena cantidad de ventas para las mujeres sino la comisión de varios guías¹⁷.

El momento de la comisión se da de forma muy natural, pero también muy reservada, evitando que los turistas se den cuenta; las mujeres, terminando el momento de ventas y cuando los turistas entran en la cocina, reparten la comisión de acuerdo con las ventas: se la entregan a una de las mujeres encargadas y ésta se la entrega al guía en la cocina donde desayunan ellos, o saliendo de la Casa de forma muy reservada. El tema de las comisiones empieza a verse de forma problemática; por un lado, ya se ha vuelto algo de conocimiento popular en el medio del turismo y en todo Zinacantán, además de que en comunidades cercanas como Chamula también conocen de esta práctica.¹⁸ El tema también se vuelve

¹⁷ Evito generalizaciones, ya que a partir de mi observación participante noté que **no** todos los guías reciben desayunos o comisiones.

¹⁸ Un guía llegó y dijo que los había llevado a Chamula y que les dieron todo más barato: 150 pesos una prenda. Y que los chamulas estaban diciendo que en Zinacantán era más caro porque le daban comisión a los guías, entonces el guía les pidió a las mujeres de la Casa que les dejara más barato. Luego fue a la cocina y vi que pidió un bistec y se me hizo muy gracioso. Esto hizo que a Juana le tocara hablar el triple de las artesanías de imitación, para poder atraer ventas después de lo que habían dicho en Chamula (Diario de campo, 6 de junio de 2022).

complicado para las Casas de Tejidos que quieran comenzar, ya que deben acoplarse a la medida de las comisiones, lo cual necesita de una inversión inicial considerable:

Les pregunté a mujeres de la cooperativa Snail Jolobiletik si conocían esas Casas y si alguna vez habían vendido para alguna de ellas, me dijeron que sí pero que compraban muy barato y no había ganancia, que por eso preferían vender en San Cristóbal, que le ganaban más; ahí les conté de las tres Casas que conocía y les hablé de la Casa de Paola que es bastante popular, y me dijeron que era en parte muy popular porque hacía muy buenos negocios con los guías, que les daban entre 40% y 50% de las ganancias; me contaron que también recibieron turistas en su casa, que tenían altar, venta y que hacían tortillas de mano pero que de repente no volvió más el guía, y que como ya no volvió pues decidieron recoger todo mejor y vender solo cuando hay feria en el centro. (Diario de campo, 8 de mayo de 2022)

Una cuestión notoria es que, por parte de las mujeres y por parte de los guías, reconocen la importancia del trabajo del otro para que el tour funcione, aunque a veces se le da más la impresión al guía de que son ellos quienes configuran las relaciones y que las mujeres son las que siguen instrucciones; pero esto es ampliamente relativo, ya que las mujeres reconocen al actor externo, que necesitan de su presencia para traer turistas pero internamente saben que son personas complicadas de tratar y que su relación está basada en las posibilidades que tienen de conseguir clientela. Contrastando un fragmento de una entrevista con los procesos de observación en las Casas, encontré mucho de la impresión de esta relación por parte de los guías:

*Sí, a Paola la conozco desde hace diez años; ella tiene como unos treinta y cinco años [...] es la que te ofrece un desayuno, si es tu cumpleaños te ofrece un regalo, entonces también pues siempre en el mundo real hay que ver como personas claves, ver quién te recibe, quién te rechaza y yo como **guía** pues también me dejo consentir y también si no me tratan bien, pues también soy un ser humano y si no quieres pues busco otra cooperativa, pero con ella hemos estado trabajando muy bien, muy bien; ella entiende perfectamente, lo que yo le pida lo hace, que si hay que quemar incienso en el altar pues lo quema, que si necesito tanto textiles para explicar me los tiene, que si de repente llevo un grupo de 50 gentes y le digo necesito todo el *pox* servido, ella lo sirve, ella lo hace, y así trabajamos de manera organizada. (Entrevista San Cristóbal de Las Casas, 24 de marzo del 2022)*

El papel de los guías de turismo no solamente configura mucho del relato sobre quienes habitan las Casas de Tejidos, sino que ha forjado una postura sobre las transacciones económicas necesarias para que se den visitas turísticas, hecho que se ha conocido en esferas externas a las Casas, por lo que la relación interna y sus demostraciones salió de la intimidad

de las Casas de Tejidos, y pueda llegar a convertirse en un problema a largo plazo, como por ejemplo que vendedoras indígenas en otros municipios les comenten directamente a los turistas que las mujeres de Zinacantán tienen transacciones económicas con los guías, lo que podría generar un problema económico y de trabajo tanto para los guías como para las mujeres.

3.2.2 Visitas diarias con productos

Muchas de las mujeres zinacantecas que buscan a quienes trabajan en las Casas de Tejidos, lo hacen con el fin de hacer alguna transacción con sus productos, por lo que es normal ver mujeres que van dos o tres veces al día a ofrecer productos sobre todo manufacturados por ellas y sus familias; principalmente llevan: blusas zinacantecas¹⁹, centros de mesa, cojines, faldas y servilletas.

Las mujeres que van a vender, únicamente lo hacen cuando no hay vagonetas afuera de la Casa, lo cual indica que no hay turistas y que pueden ir a entregarles mercancía, esto por dos razones: 1) Las mujeres y los guías en las Casas de Tejidos en su discurso al turismo siempre afirman que todas las artesanías que se pueden ver en la Casa son elaboradas por ellas o por sus familiares, por lo que ver terceras vendedoras sería problemático; 2) En términos prácticos ninguna mujer saldría de la Casa mientras hay turistas porque podrían perder una venta. Finalmente, es una estrategia de venta que funciona para las dos partes, y según Rosa²⁰ se ha dado por más de veinte años:

C: ¿Y conoces a alguien de estas Casas-tiendas en Zinacantán?

R: Sí, algunas porque antes llegábamos a vender a Zinacantán también cuando yo era niña, eso hace más de veinte años, pero pagaban muy poco, casi no nos resultaba porque pagaban una blusa como de 200 o 250 y no nos resultaba [...] recuerdo una familia que llegábamos a venderles ahí debajo de la iglesia, todavía existen y aún compran cosas, ya tiene rato que llegábamos a vender ahí yo era chiquita también y yo acompañaba a mi mamá, y también llevaba yo mi trabajo ahí también, desde

¹⁹ Las Casas de Tejidos cuentan con una amplia oferta en materia de blusas, pero las mujeres zinacantecas que venden esta mercancía solo hacen blusas típicas usadas por las mujeres zinacantecas, por lo que otro tipo de tejidos o materiales no suele ser llevado por ellas.

²⁰ Mujer indígena zinacanteca de Nachig, líder de la cooperativa “Las que hacen tejido” en San Cristóbal de Las Casas.

chiquita que ya empecé a trabajar y a vender. (Entrevista San Cristóbal de Las Casas, 22 de abril del 2022)

Igualmente, no todos los artículos que llevan estas mujeres son para la venta al turismo: las faldas en particular son muy apetecidas por las mujeres de las Casas, pues tienen la oportunidad de escogerlas de primera calidad para ellas mismas y además logran precios cómodos, pues si hacen una compra grande los precios de las faldas pueden variar a su favor; esto también se da porque los negocios son hechos directamente por las artesanas y no por revendedoras.

Algo evidente de la relación entre compradoras y vendedoras, es que las vendedoras itinerantes zinacantecas, no tienen permitido entrar a las Casas; siempre se les atiende afuera donde le dan la mercancía a una de las mujeres de adentro, y ella entra con las prendas para que todas escojan las que más les gusten; esto lo hacen, por un lado para demostrar que no hay cierta confianza, y por otro lado, para que no vean la mercancía con la que cuentan adentro.

Las mujeres zinacantecas vendedoras manejan precios muy bajos, pues de alguna manera son precios más o menos ya establecidos con las Casas de Tejidos, para así tener la seguridad de que se venderán; pero esto es desventajoso porque las ganancias son muy precarias, y es por esto que cada vez más las mujeres artesanas prefieren vender directamente en San Cristóbal de Las Casas e incluso algunas se han arriesgado a hacerlo por internet, como es el caso de Imelda y su familia, quienes se dedican a la venta por internet (Figura 14) y ya tienen clientela fija.



Figura 14. Familia de Imelda y su página de Facebook

3.2.3 *Alimento de clima lejano*

Las mujeres de las Casas de Tejidos, como dije antes, no suelen salir mucho a buscar insumos para la Casa o para su vida diaria, y es por esto que las vendedoras se acercan a ofrecerlos. Los productos más interesantes son aquellos que no se encuentran de forma cercana, es decir, productos de pisos térmicos diferentes al de Los Altos, tales como cecina, queso, nucú²¹, aguacate Chiapas, y la semilla de calabaza molida (pepita).

En una de las Casas que estudié, pude notar las visitas semanales de una mujer del municipio de Totolapa, encargada de surtirlas de alimentos varios de clima caliente, pero especialmente de la pepita de calabaza, ingrediente central en la degustación para los turistas; esta mujer tenía suma confianza con la familia, pues no solo le permitían entrar a la Casa, sino que le brindaban comida; también la dejaban vender sus productos en la entrada de la Casa:

²¹ Hormigas grandes con alas, tostadas y sazonadas con limón y chile.

En ese momento llegó una señora que viene siempre de Totolapa [...], de un lugar de “clima caliente” y efectivamente trae sus productos que son diferentes a los de acá; suele traer carne salada y esas cosas, también trae pan de elote y frutas o verduras. Ese día llegó otro señor que venía vendiendo limones, chiles, iguana y armadillo secos para comer, todos se asustaron con el armadillo que costaba 350 [...] pregunté a Érica que si comían de eso y me dijo que sí, menos el armadillo, que qué raro, que ellas solo comen conejo, serpiente e iguana. (Diario de campo, 16 de mayo de 2022)

Esta relación es sumamente valiosa, en la medida en que la posibilidad de comprar alimentos de otras regiones desde sus Casas les permite tener no solo una alimentación variada, sino demostrar cierto prestigio en tanto sus posibilidades alimenticias y de alguna manera obtener los beneficios de no tener que salir a comprar alimentos, sino que estos lleguen a ellas, sin que deban dejar a un lado el trabajo y las ventas.

3.2.4 Carros de mercancía itinerantes

Una visita interesante que llega a las Casas de Tejidos y además mantiene constante acercamiento con las mujeres que allí trabajan, son los vendedores de mercancía china, quienes llevan chales o productos de calidad media que son ofrecidos a las vendedoras a precio de mayoreo; estas visitas se dan como mínimo una vez al mes. La persona que lleva estos productos lo hace de forma itinerante, esto quiere decir que va a cada una de las Casas de Tejidos ofreciendo y vendiendo; lo hace desde su propio carro, lo que le facilita la venta por varias Casas.

Esto que catalogué como relaciones internas mixtas, hace referencia a productos necesarios que entran a las Casas y que ayudan a configurar y fortalecer el discurso interno visual y físico de las Casas de Tejidos, pues el discurso sobre el producto se da desde una enunciación del trabajo artesanal construido desde la asociatividad o el parentesco, pero la cuestión real demuestra que se necesitan varios actores que entran y salen de las Casas con sus productos para mantener este discurso.

3.3 Relaciones eventuales

Existen dos relaciones que se dan con personas externas, pero tienen implicaciones organizativas internas, que reafirman las condiciones en que las mujeres ocupan un

determinado lugar en su vida privada y familiar, así como en su vida comunitaria²². Considero estos dos casos como datos ilustrativos para el lector, de la forma en que la organización interna se une a la organización comunitaria, además de que reconoce la posición de las mujeres activas laboralmente.

3.3.1 Visita religiosa

Una amplia mayoría de las familias zinacantecas, en especial las de la cabecera municipal, son católicas y reafirman muchas de sus creencias en la asistencia continua a misas diarias y dominicales, así como a festividades que unen creencias propias de la comunidad con algún rito católico; de igual forma el sistema de cargos zinacanteco une la responsabilidad de alguien prestigioso de la comunidad con un santo católico; las festividades ofrecidas por mayordomos o alféreces, son de amplio recibimiento y visita por parte de quienes viven en Zinacantán²³.

Las mujeres que trabajan en las Casas de Tejidos y sus familias son abiertamente católicas²⁴, pero debido a sus horarios laborales y al hecho de que todos los días reciben turistas, es muy difícil que puedan hacer sus visitas regulares a la iglesia, pero abren sus casas y altares en caso de que alguna autoridad religiosa necesite alguna colaboración.

Un caso especial que tuve la oportunidad de presenciar fue la visita del sacerdote de turno en Zinacantán; el religioso, que pasaba de los cincuenta años, les hizo una visita a las hermanas González, llevándoles un grupo grande de turistas americanos y mexicanos; les contó que venían a conocerlas y a ver la Casa. Ellas se pusieron muy nerviosas con la visita y con esto hicieron de todo para mantener cómodos a los invitados; todos los hombres de la

²² Con “comunitarias” hago referencia a las acciones que hacen las mujeres zinacantecas, las cuales tienen que ver con sus responsabilidades como personas pertenecientes a una comunidad indígena. Estas responsabilidades están en su mayoría basadas en el género y la clase.

²³ Con lo anterior, no quiero decir que sea un municipio únicamente católico, pues de acuerdo con muchas conversaciones en campo se me informó de la reciente explosión de iglesias cristianas sobre todo en parajes como Nachig: “Ahora en Nachig casi todos son cristianos y se bautizan en los ríos y no en la iglesia” (Diario de campo, 8 de mayo de 2022).

²⁴ Por lo menos en las cuatro Casas que visité se me informó que eran mujeres católicas y en tres de las cuatro Casas encontré altares católicos que de alguna forma evidenciaban la intención de demostrar esa fe.

Casa salieron o llegaron a recibir la bendición y saludar al padre, quien tenía un nivel de tsotsil bastante fluido.

Aprovecharon tal momento para pedirle una bendición a la Casa, pues afirmaban que les habían estado enviando brujería para que ya no tuvieran clientes; por su parte las hermanas González se comprometieron a estar pendientes de cualquier necesidad que tuviera la parroquia. Presenciar el momento de la bendición de la Casa, y la alegría de los niños de recibir el agua bendita (Figura 15) fue de los momentos más interesantes del trabajo de campo:

Los niños estaban demasiado felices por el agua bendita; los papás los perseguían para decirles que fueran respetuosos, pero ellos los evitaban, era casi como si los estuvieran mojando con una manguera; me hizo pensar que el extremo respeto intenso a la religión empieza a llegar muchos años después. (Diario de campo, 18 de junio de 2022)



Figura 15. Visita del cura de Zinacantán.

Culminando el recorrido con agua bendita que, de manera muy curiosa, era el mismo que hacen los turistas en materia espacial, las mujeres reafirmaron su compromiso para cualquier

necesidad de la iglesia y además ofrecieron el altar para las fiestas de la Virgen del Carmen en caso de ser necesario. Esta relación con el cura se me hizo relevante en tanto se le dejó claro de varias formas su compromiso con los eventos católicos y sus problemas para asistir a los mismos, pero con la posibilidad abierta de apoyar tales momentos de forma económica lo que denota cierta capacidad adquisitiva de las mujeres que aquí trabajan.

3.3.2 Encomendados y asuntos municipales

En esa misma medida, uno de los cargos de menor perfil que tienen algunos zinacantecos son las encomiendas para el dinero, por lo que hay hombres que se encargan de ir de casa en casa recolectando dinero para alguna festividad católica; las casas que visitan con mayor frecuencia son aquellas que reciben turistas, pues se dice que tienen mayores posibilidades de ayudar económicamente con el evento. Una forma interesante de demostrar a la comunidad el prestigio económico con el que cuentan las familias de las Casas de Tejidos, es en su apoyo a eventos religiosos, acción que es aprovechada por los encomenderos para pedir en algunas Casas con mayor frecuencia que en otras.

El único asunto mediado por la presidencia municipal con respecto al turismo es el del impuesto que se cobra en la caseta de entrada a Zinacantán; en caso de que alguna vagoneta de turistas no pague el impuesto, es buscada por funcionarios o empleados del municipio, detectan a cuál Casa fue, y después pasan el reclamo a las mujeres de la Casa, quienes tienen que avisar a los guías y en caso de que éstos repitan esas acciones, deben notificar a la agencia de turismo; en un caso también se hizo una junta y se intentó incluso cerrar una Casa por accidentes en la carretera:

Ahí les pregunté a las dos mujeres que me acompañaban en la combi sobre la Casa a la que quería ir, y me dijeron que la señora era mala (supongo que la dueña) y que había tenido problemas con las autoridades, porque habían chocado varias combis porque quedaba justo en la carretera. En eso arrancó y ya no hablamos más y me quedé pensando en cómo hacer para bajarme porque ciertamente sí estaba peligroso el sitio. (Diario de campo, 8 de mayo de 2022)

Estas acciones también indican que las mujeres tienen responsabilidades con la comunidad que asumen de manera activa, pues, aunque la presidencia ni alguna persona de la comunidad pueda mediar en su trabajo en tanto se realiza al interior de sus Casas, esto no implica que ellas no tengan compromisos que cumplir.

3.4 Género y relaciones familiares

En este capítulo hago referencia al papel central de las mujeres que trabajan de forma interna en las Casas de Tejidos, debido a que en ellas recaen las acciones base del trabajo, y no solo al trabajo remunerado en torno a la venta de artesanías, sino el trabajo doméstico que se comparte con otras mujeres contratadas para tales fines; el trabajo de conservación de los espacios físicos de forma doméstica también se reparte con el cuidado de los hijos y el control de las finanzas propias desde sus puestos de venta.

Las mujeres que trabajan en las Casas de Tejidos teniendo su propio puesto de ventas están dedicadas al abastecimiento de productos y además al control de las finanzas propias y en algunos casos de la redistribución para las comisiones de los guías; con estos actos han forjado una imagen de mujeres proveedoras no solo para su familia sino para ellas mismas, pues varias de ellas son solteras e incluso algunas únicamente deben preocuparse por su propia manutención.

El papel de las mujeres productoras y trabajadoras también las coloca en cierta posición al interior de sus propias familias; por un lado, frente a la familia extensa se toman las decisiones de forma asertiva, esto dependiendo de su edad muchas veces, pero el hecho de trabajar y proveer les da la posibilidad de tomar decisiones vinculantes para toda la familia. Por otro lado, en el núcleo familiar también se generan ciertos cambios, debido a que las mujeres conocen que sus aportes a la economía familiar no solo son significativos, sino que en algunos casos son los mayoritarios, lo que las posiciona con cierto nivel de decisión mayor frente a sus esposos, y además con cierto nivel de autoridad superior frente a sus hijos. Esto modifica la estructura del patriarcado, entendida como:

Una estructura básica de todas las sociedades contemporáneas. Se caracteriza por la autoridad, impuesta desde las instituciones, de los hombres sobre las mujeres y sus hijos en la unidad familiar. Para que se ejerza esta autoridad, el patriarcado debe dominar toda la organización de la sociedad, de la producción y el consumo a la política, el derecho y la cultura. (Castells, 2001: 159)

Y por ello, desde esta definición clásica, el patriarcado cada vez se encuentra más difuso para el caso de las mujeres activas laboralmente en estas Casas, puesto que aunque a los hombres no se les ha quitado poder de decisión frente a asuntos públicos y privados, esto se ha

transformado con la posibilidad de compartirlo con las mujeres proveedoras del hogar, pues: “la familia patriarcal se ve desafiada por los procesos de transformación del trabajo y de la conciencia de las mujeres” (Castells, 2001: 160). Y no únicamente en la esfera de lo privado, sino que como mostré antes también se han traslapado muchas decisiones comunitarias a mujeres laboralmente activas.

Es evidente la relación desigual entre la posición de las mujeres internas y familiarmente vinculadas en las Casas de Tejidos, y el caso de las mujeres contratadas para labores domésticas o las mujeres que venden de forma itinerante sus productos a las Casas; para ellas, por un lado hay un interesante papel de proveedoras en tanto conocen de su fuerza de trabajo y logran monetizar con el mismo, pero esto desde una posición desventajosa frente sus empleadoras, y esta situación la han mantenido en tanto la posibilidad que tienen de no recorrer grandes distancias para vender su productos. Esto concuerda con los postulados de McDowell (2000:191), quien afirma que las mujeres suelen recorrer distancias más cortas de acuerdo a sus responsabilidades con el hogar.

Este corto recorrido va ligado al hecho de no querer alejarse de sus labores domésticas, de las que sienten deben ser responsables en cada momento de su vida. La venta de productos a precios precarios para sus artesanas las pone en una desventaja superior frente otras mujeres; a los debates sobre la interseccionalidad y los complejos se suman opresiones en la vida de las mujeres, y se habla de que “las opresiones no pueden agruparse sumariamente, relacionarse de manera casual o distribuirse en planos de originalidad y derivatividad” (Butler, 2007: 66). En ese orden de ideas, aunque las mujeres en Zinacantán son artesanas en su mayoría, muchas son también madres y proveedoras, de modo que sus opresiones en razón de su género no se pueden sumar en tanto no se viven con la misma intensidad ni en el mismo contexto. Es así como no son comparables las con condiciones de mujeres que venden a precios mínimos con aquellas que reciben grupos de turistas y logran negociar ganancias amplias.

Autores como Castells (2001) y McDowell (2000) afirman que la inserción de las mujeres al trabajo está muy ligada con un mayor acceso a la educación básica y universitaria, pero en sociedades o contextos como el de Los Altos de Chiapas, el lugar de las mujeres en las esferas laborales no siempre está permeado por el acceso a la educación, pero sí obedece

a un cambio de paradigma y un reconocimiento desde el núcleo de la familia patriarcal de la importancia del trabajo femenino, no solamente de forma práctica sino de manera estructural para la economía familiar; es decir, aceptar que el dinero obtenido por las mujeres es de suma importancia para el funcionamiento de la familia.

Lo anterior conlleva a una mayor legitimidad de la mujer frente a su familia, pues: “La incorporación masiva de las mujeres al trabajo *remunerado* aumentó su poder de negociación frente a los hombres y socavó la legitimidad de su dominio como proveedores de la familia” (Castells, 2001:160). Dicha acción cada vez se naturaliza más, no solo en países desarrollados como los enuncian muchos autores con miradas eurocentristas, sino también en comunidades indígenas como es el caso de las Casas de Tejidos en Zinacantán, donde las mujeres cada vez desdibujan de manera más directa al papel socialmente asignado a los hombres como únicos proveedores económicos.

Por un lado, efectivamente el trabajo de la mujer se reconoce, se respeta y le da ciertas características en el ejercicio del poder tanto en la familia como fuera de la misma, pero por otro lado, el trabajar desde un espacio doméstico las obliga a seguir en las tareas del cuidado; la cuestión está en que al permanecer en casa las mujeres sienten mayor tranquilidad, pues tienen mayor control sobre su espacio y su familia. Esto demuestra que, aunque la mujer tenga mayor poder de decisión por su importante contribución monetaria al hogar, de igual forma no se le permite renunciar a las cargas domésticas.

Aunque es de resaltar que cada vez más las mujeres jóvenes han demostrado de manera directa su falta de interés con el matrimonio y con irse de sus casas a ser quienes detentan las labores del cuidado de casas propias, aún más cuando en Casas de Tejidos, viven con sus madres y hermanas con quienes comparten responsabilidades y además pueden ganar dinero propio, el cual pueden gastar en sus necesidades como mujeres solteras, por lo que cada vez son menos los matrimonios con mujeres extremadamente jóvenes por lo menos en las mujeres que trabajan en las Casas de Tejidos.

Finalmente, es un hecho que se ha abierto un camino para que las mujeres que ejercen labores productivas desde casa tengan una mayor capacidad de inserción en las decisiones familiares e incluso comunitarias; esto también partiendo de que debe ser un aporte monetario amplio para que esto sea válido, y que de igual manera, aunque cada vez está socialmente

más aceptado el papel e incluso responsabilidad de las mujeres con una economía familiar, su poder a partir de esto es relativo en tanto la clase o su posición personal, por lo que es un terreno que necesita un mayor análisis que abordaré en el capítulo cuatro.

3.4.1 Relaciones internas en el espacio

Fue importante plasmar que las dinámicas internas no solo las configuran los procesos familiares o laborales dentro del espacio físico de la Casa, sino que hay elementos exteriores que entran y configuran o ratifican el discurso que se intenta mantener y exteriorizar.

Estudiar estas relaciones internas brindó respuestas en materia de la vida personal y familiar, de las escalas productivas y de manufactura, de las esferas comunitarias que parecieran no estar presentes pero que suelen ser tan sutiles que no necesitan ser diarias para generar impacto interno; de igual forma, permitió analizar los procesos de poder y mostrar que estos son acciones visibles solo para quien tenga la posibilidad de generar preguntas de investigación, observaciones a largo plazo —como fue mi caso— con el uso de guías teórico metodológicas y herramientas como la observación participante y luego las cartografías de estas Casas.

Aunque la mayoría de relaciones internas son dadas por mujeres, los hombres tienen una presencia relevante, sobre todo los esposos de las mujeres y los guías de turismo que en su mayoría son hombres; estas relaciones suelen tener tensiones no visibles en materia del reparto del dinero en el núcleo familiar o el tema de las comisiones con los guías, o su actitud de superioridad en tanto ellos llevan a los turistas; estas acciones son manejadas y controladas por parte de las mujeres que allí trabajan y suelen ser tan sutiles que realmente hacen parecer que sus acciones son simples observaciones del comportamiento de los hombres que llegan a la Casa.

En esta parte del capítulo se hace especial referencia el problema de investigación, ya que la posibilidad de acceso al trabajo es desigual entre la que tienen las mujeres con clientela fija turística vendiendo productos desde sus Casas, las mujeres contratadas para las tareas domésticas, o las vendedoras itinerantes. Por ello, la venta de artesanías no es algo homogéneo y aunque esté liderada por mujeres, no todas tienen las mismas ventajas del oficio, pues existen relaciones cooptadas por el capital que benefician a unas y controlan a otras.

Como experiencia personal de investigadora, llegar a los detalles de la vida íntima fue lo que más trabajo me costó, no porque me fueran negados completamente, sino que era un proceso de ir a pasos lentos, que necesitaba confianza e insistencia; como es comprensible, muchas cuestiones no me fueron reveladas, pero a partir de un escucha activa acompañada de un profundo interés por detalles, pude llegar a escribir el conjunto de líneas que presento en el siguiente apartado, por supuesto, con el consentimiento de las mujeres.

3.5 Desde afuera de la Casa

Después de hablar de las relaciones internas, es importante reconocer las diferencias con las que existen de manera externa a las Casas de Tejidos: los elementos comunicativos y de acción en red que funcionan desde afuera para consolidar y mantener un orden interno de hacer turismo, de mantener un discurso y de exponer un lugar en términos de aquello que quieren observar y conseguir los visitantes bajo sus deseos de experiencia.

Para el análisis de los actores externos y su acción en red, se hizo uso de las herramientas etnográficas en el trabajo de campo, sobre todo el realizado en San Cristóbal de Las Casas; con las entrevistas a profundidad, el apoyo con el diario de campo y algunos ejercicios cartográficos que ubicaban a ciertos actores externos en el espacio ligado al turismo previo a la llegada a Zinacantán, a partir de este apartado se reducen parcialmente las anotaciones de campo y se hace mayor hincapié en el análisis conceptual.

Con actores externos se hace referencia a aquellas personas, grupos o entidades, que, aunque no hagan necesariamente una entrada directa a las Casas de Tejidos, de igual forma generan imaginarios sobre el espacio o en su defecto cambian o hacen que permanezcan cuestiones centrales del tour a pueblos indígenas.

Aquí se hace referencia a las redes ligadas al turismo que pasan por lo local, lo estatal, lo nacional y terminan convirtiéndose en algo de carácter global que atraviesa realidades múltiples, y también a la forma en que estas redes internacionales del turismo se manejan entre la globalidad y la localidad.

Situar las Casas de Tejidos como parte de una red de productos turísticos, se da en tanto los visitantes que recorren estos lugares, pero además por los medios y estrategias utilizadas para llamar la atención de posibles compradores de este tour y también por la

estructura organizativa de las empresas encargadas de cooptar clientes para armar paquetes turísticos, para tratar de convencer al comprador de la relevancia de conocer comunidades vivas como parte de una experiencia completa.

Las tour operadoras

Estas empresas están encargadas de hacer todas las gestiones de un plan turístico. Son las gestoras de conexiones con proveedores y brindan un paquete general de todas las amenidades de un destino. Dichos paquetes cuentan con los vuelos al destino, la gestión de los hoteles, el transporte a hoteles y otros lugares, actividades o tours, y en muchos casos la alimentación. Debido a que las estrategias de las tour operadoras son gestionar una red de contactos para ofrecer un servicio completo en donde el turista no deba preocuparse de nada, solo del disfrute del destino, para que estas empresas puedan hacer un buen trabajo es necesario tener vínculos formales y establecidos con las agencias turísticas.

Por otro lado, como las tour operadoras se encargan de la planeación de estos paquetes, por lo general les es más rentable hacer ventas a grupos grandes, por lo que deben pactar precios especiales con las agencias de viaje y, en este pacto, usualmente sucede que aunque deban bajar parcialmente algunos precios de las diferentes rutas y destinos, de igual forma les aseguran clientela fija a la agencia, lo que finalmente es lo que las mantiene en pie.

Las tour operadoras también cuentan con la especialidad de que tienen transportes terrestres para ofrecer sus servicios, es decir, que recogen y llevan a los turistas a los lugares de visita y se encargan de toda la logística del tour.

Agencias de viaje

Las agencias de viaje²⁵ son las encargadas de coordinar el viaje en materia de insumos y herramientas, por lo que negocian el transporte a los destinos, los guías que irán en ese transporte y los conductores en caso de que sean recorridos largos. En función del lugar de

²⁵ Se habla del caso de las agencias de viaje en San Cristóbal de Las Casas; no se pretende generalizar el funcionamiento de todas a nivel nacional y tampoco a nivel del estado de Chiapas, por lo que aquí se toman como ejemplo solo aquellas agencias ubicadas en el Andador de Guadalupe.

destino es que se organizan las posibles amenidades y se coordinan las actividades que ahí se desarrollan.

Las agencias también son las encargadas de proponer actividades y destinos a las tour operadoras, por lo que a partir de la creatividad, discurso y comunicación, logran atraer a tour operadoras grandes que puedan asegurarles clientela fija y con esa puedan mantener toda la estructura organizativa.

3.5.1 El caso de las agencias en San Cristóbal de Las Casas

Las agencias de viaje en San Cristóbal de Las Casas están en su mayoría en el Andador de Guadalupe y su estrategia es tener impulsores²⁶ localizados en el área del Andador para poder cooptar posibles clientes (Figura 16). Estas personas tienen estipulado identificar quiénes son turistas y quiénes no, pero sobre todo hacen una lectura de las posibilidades que tienen los turistas de comprar el producto ofrecido. Las diez empresas localizadas en el andador hacen entre uno y dos viajes diarios a Zinacantán.



Figura 16. Volantes recogidos en el Andador de Guadalupe.

²⁶ Los impulsores son aquellas personas encargadas de atraer personas a los puestos de ventas de las agencias.

Las agencias en San Cristóbal de Las Casas tienen un sistema colaborativo, pero en competencia. Cada agencia se encarga de llenar los puestos de su propia *van*²⁷ para hacer un viaje completo y obtener ganancias de manera directa; sin embargo, esto no siempre es posible, pues también depende de la temporada y por supuesto de la cantidad de turistas.

Cuando una agencia no logra cumplir con el cupo necesario para llenar una sola *van*, llaman a alguna de las agencias más grandes para llenar alguno de sus autobuses de mayor capacidad; con esto no se generan grandes pérdidas, pues el dinero mayoritario se lo queda la agencia que consiguió el cliente. Adicionalmente, no hay gasto directo en gasolina, sino que se coopera para el combustible de un vehículo, en lugar de comprar gasolina para cada una de las *vans* que no alcanza el cupo lleno. Bajo este esquema de colaboración, se comparten gastos de los guías y los choferes, con lo que se hace evidente que incluso cuando hay una competencia previa al desarrollo del tour, dependiendo de la cantidad de clientes, se toma la decisión de colaborar con otras agencias o de trabajar de manera tradicional. Esta práctica es vista de forma negativa, sobre todo por nuevas agencias como la que intentó forjar Fabián²⁸:

Tú te puedes ir por toda la calle del Real de Guadalupe, y al final cuando tú contratas un servicios solo son dos agencias las que trabajan, y eso es como un engaño. Tienes puestos de tours que te venden este servicio pero solo dos tour operadoras son las que te van a llevar. ¿Por qué? Pues primeramente ellos decían que tenían que llenar una van para que pudieran trabajar, entonces como el nivel de trabajo en marketing, y además tienen mayor volumen estas agencias, entonces las otras prefieren pasar el servicio a estas agencias, aunque no les importa el servicio, la comunidad ni los pasajeros ni nada, es algo que simplemente lo pasan. (Entrevista San Cristóbal de Las Casas, 23 de septiembre del 2022)

La estructura colaborativa está bastante cerrada y cooptada por agencias específicas que determinan quiénes son parte y quiénes no pueden serlo, por lo que nuevos intentos de agencias son bastante limitados debido a que las posibles ganancias son inferiores en cuanto

²⁷ Automóvil tipo furgoneta que cuenta con más de cinco puestos utilizado mayoritariamente en los tours turísticos en Chiapas.

²⁸ Fabián es un hombre joven con más de 15 años de experiencia en el sector turístico, que luego de trabajar en tour operadoras en la zona de Cancún decidió trasladarse a San Cristóbal de Las Casas a crear su propia agencia de viajes.

que deben cubrir todos los gastos directamente; lo anterior demuestra que existe una competencia desigual en donde intervienen la antigüedad y el capital, tal como lo explica Fabián:

F: Lo que quiere decir es que están en una burbuja, en la que no quieren invertir, solo quieren su propia ganancia y estar tranquilos; para ellos es lo suficiente y no le dan la importancia necesaria de lo que es trabajar en una buena agencia con un buen producto para atraer clientes, que te paguen lo que es, el costo de un tour o una experiencia, y prácticamente que no quieren invertir en nada. Ganas de hacer más como lo que están haciendo está bien, y pues hasta ahí. (Entrevista San Cristóbal de Las Casas, 23 de septiembre del 2022)

Siguiendo a Fabián, se puede determinar que el hecho de reunir varios clientes en una sola *van*, le acota la capacidad de acción y reacción, es decir que la agencia de venta se desliga de sus compromisos de atención al cliente y se los entrega a quien opere el recorrido, acción que solamente termina siendo desventajosa para los propios turistas, pues en caso de un reclamo directo no es claro ante quién se haría la queja o alguna solicitud.

3.5.2 Mesas de venta

Las mesas de venta son una estrategia de venta por comisión; con esto no se tiene que cumplir con los requerimientos legales y físicos de una agencia de viajes, sino que simplemente se coloca una mesa en un lugar concurrido y con ayuda de una persona se atraen turistas a la mesa y se les vende algún tour. Estas personas son direccionadas a las agencias grandes, las que a su vez les dan comisiones a los dueños de dichas mesas; es necesario aclarar que los responsables de aquellas ventas realmente no tienen un compromiso directo con el comprador. En el caso del Andador de Guadalupe se pueden encontrar entre cuatro y cinco mesas en competencia con las agencias que tienen sus oficinas en el mismo andador.

La estrategia de la mesa de venta es ampliamente conocida, pero revisando la normativa que rige el turismo en México es de tener en claro que esta táctica de mercadotecnia no cumple con la legalidad necesaria para vender los tours²⁹, pero de igual

²⁹ “Eso pasa mucho en el Andador, pues una mesita y una silla no es una oficina. Para que SECTUR te diga si ya eres agencia de viajes necesitas un contrato de arrendamiento; eso es lo primero que te piden para tu registro nacional, y no arriendan una silla y una mesa” (Entrevista San Cristóbal de Las Casas, 26 de Marzo de 2022).

forma los pequeños vacíos en las normas de la Secretaría de Turismo (SECTUR) sobre el arrendamiento y las zonas de venta de paquetes turísticos, generan espacios suficientes para mantener estrategias como las mesas de venta.

3.5.3 Guías de turismo

Los guías de turismo, desde la doble posición de actor externo e interno, trabajan el discurso de manera previa, es decir, son los encargados de convencer a través de un relato sobre lo indígena justo antes de llegar a las Casas de Tejidos. La construcción del discurso implica la posibilidad de una argumentación que se pueda monetizar fácilmente, esto es, la mezcla de símbolos observables con una retórica conveniente en el caso.

De igual forma, conseguir ser un guía de turismo con clientela y sobre todo con los días copados³⁰, depende directamente de un trabajo previo y de inversión por parte de quien se está preparando para eso:

Tan solo certificarte como guía es un diplomado que te lleva más de un año solo el diplomado, tienes que hablar al menos un idioma extranjero, y no solo hablar que lo escribes, es el diplomado el idioma, y que tienes que tener un buen estado de salud en el caso de que tú seas guía y chofer y eso lo tienes que renovar cada cuatro años, tienes que llevar 160 horas o 180 de capacitación, de actualización de arqueología historia y eso tampoco es económico cada curso es caro [...] en su momento debías pagar 5000 o 6000 pesos, pero por ejemplo lo cursos de primeros auxilios hasta la fecha se tienen que hacer presenciales y te tienes que ir; solo el curso son otros 1800 pesos, más el viaje, más el hospedaje, *entonces sí, es caro ser guía*. (Entrevista San Cristóbal de las Casas, 1 de mayo de 2022)

Lo anterior indica que para ser guía no únicamente se debe tener un capital inicial de inversión, sino la capacidad adquisitiva de reinvertir año con año en varias de las actualizaciones necesarias para poder seguir ejerciendo, y es por esto que la totalidad de guías —no solo entrevistados sino otros conocidos en mi estadía en San Cristóbal de Las Casas— afirmaban abiertamente que la única forma de mantenerse en el negocio del turismo era a partir de la figura del *freelancer*. Esto implica que ellos muestran su catálogo de servicios y

³⁰ La frase ‘días copados’ es muy usada por los guías para hacer referencia a que mientras no se tengan días de descanso es mayor el éxito laboral.

experiencia profesional a múltiples agencias y trabajan en varios tours diarios para lograr mucho más que una tarifa base, que les daría trabajar para una sola agencia.

El *freelancer* implica una autoexplotación por parte del guía de turismo que debe desdoblarse en trabajo para poder obtener ganancias, las cuales dependen de sus contactos, posibilidades y experiencia, pero implica obligarse a un máximo de productividad pues “desde el punto de vista de la clase obrera, ser productivo significa simplemente ser explotado” (Cox, 2018: 28). Y esto es mucho más complicado cuando se explota la propia fuerza de trabajo. Dichas dinámicas, que están muy inscritas en estos tiempos de globalización y en la idea de no tener un jefe directo, terminan generando un cansancio personal en donde se victimiza al mismo cuerpo por lograr objetivos económicos.

Pese a lo anterior, de alguna forma los guías de turismo luchan “contra el salario, contra los medios que utiliza y contra la relación capitalista que encarna” (Cox, 2018: 37). Sin embargo, esta lucha solo está basada en exponerse a sí mismos como fuerza productiva capaz de todo, siendo esta también la única opción que les deja un mercado donde no les pagan lo suficiente ni a tiempo, haciendo que subsistan únicamente con las propinas de los turistas. Es por esto que, de forma externa, la figura del *freelancer* los hace moverse constantemente para buscar garantías laborales que muchas veces las empresas turísticas no están dispuestas a asumir, lo cual también demuestra que al final, ya sea en la empresa o en otras figuras, se configuran los flujos de capital como lo explica la autora:

Veía cómo el capital determinaba la duración de su jornada laboral —en qué momento se fichaba al entrar y se fichaba a la salida—. Esto definía el tiempo que pertenecíamos al capital y el tiempo que nos pertenecíamos a nosotros mismos. Pero este tiempo nunca nos ha pertenecido, siempre, en cada momento de nuestras vidas, hemos pertenecidos al capital. (Cox, 2018: 38)

Figuras como el *freelancer* unen la idea de pertenecerse a sí mismo pero continuar siendo propiedad del capital, esto como una fiel esperanza de que el cuerpo es propio y se decide cómo ganar bienestar, sabiendo de forma constante que los beneficios para la vida salen directamente de la capacidad propia de explotación. Finalmente, siguiendo a Cox, el tiempo no le pertenece ni a la empresa que pudiera darle garantías, ni al guía de turismo que debe autoexponer su fuerza de trabajo, sino finalmente pertenece a las dinámicas globales del capital en el negocio del turismo.

La desvinculación de la empresa en materia de garantías a sus trabajadores y la autoexplotación de los guías de turismo también muestra las posibles razones por las que los guías y el panorama turístico cada vez tienen más tendencia hacia la informalidad, además de que las empresas no quieren cargar con la responsabilidad de proveer garantías laborales y los guías no están dispuestos a vivir de ganancias mínimas. Aquello finalmente expone a trabajar sin cumplir las regulaciones, en tanto no se brindan garantías a los trabajadores. A su vez, esto sucede manteniendo la presunción de que los “varones continúan teniendo un mayor control de los oficios mejor pagados [...] de las actividades que reafirman la autonomía personal” (Fuller, 2010: 301); así, la mayoría de guías varones son los que más trabajan bajo esta modalidad, y siguiendo a Fuller, lo hacen justo manteniendo esta posibilidad de ser ellos los que ganan mejor y los que tienen mayor autonomía al hacerlo, aunque en la realidad el panorama sea mucho más complejo que eso.

3.5.4 Organismos de control

Los organismos de control son aquellas entidades con potestad de solicitar documentación o generar visitas rutinarias a las agencias de viajes y las tour operadoras. De igual forma, aunque hay normas generales para controlar lo que suceda en el sector turismo y garantizar derechos a los turistas, es importante reconocer que, aunque el desconocimiento de la norma no implica su falta de aplicación, en el caso de este sector la falta de la regulación sí deja espacios para aplicar la norma con lecturas individuales.

Dependiendo del nivel de organización de la agencia o de la tour operadora, existen diferentes normas por parte de entidades gubernamentales a nivel nacional o del Estado en el que efectúen su trabajo. La fase inicial es el permiso para operar, que es expedido por las autoridades hacendarias y es donde se define si se trabaja como persona física con actividad empresarial, o como persona moral.

Luego, dependiendo del formato de trabajo, entran regulaciones por parte de la Secretaría de Economía, la Secretaría de Turismo y la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. De forma resumida se presentan en el Anexo 6 las entidades reguladoras de las empresas dedicadas a la actividad del turismo.

Lo anterior es necesario para entender a los organismos de control estatales como actor externo que, aunque no necesariamente hace un control diario o regular que implique

algo así como coerción sobre el trabajo de los trabajadores y las empresas, de igual manera significa un control inicial requerido para funcionar. Por otro lado, marca las pautas de las empresas legalmente instituidas y por tanto confiables, y reconocen la existencia de servicios “pirata”, es decir, aquellas personas que ofrecen servicios turísticos sin ningún permiso³¹.

La existencia de esta regulación implica que existen dos polos entre los servicios en regla. Los regulados y confiables, *versus* los servicios sin normas y poco confiables, en donde la regulación depende, por un lado, de un capital inicial para invertir en empresa y además del conocimiento de la norma para su cumplimiento. Pese a esto, la inversión no implica el mantenerse como empresa turística. En este caso de estudio, como hemos visto, se necesita de una red de trabajo para mantenerse en el negocio del turismo.

Por otra parte, aunque el trabajo informal pueda ser mucho más cómodo³² tanto económicamente como en materia de responsabilidades, de igual forma se trabaja bajo la autoexplotación laboral que, unida a la informalidad, tiende a ser desventajosa tanto para quien ofrece el servicio turístico como para quien lo recibe.

Otro de los casos de regulación es el de los guías de turismo que, como se dijo anteriormente, deben cumplir una cierta cantidad de normas para prestar servicios. Estas normas se deben actualizar³³, pero para tal actualización es necesaria una inversión de capital considerable, por lo que muchos guías no la hacen en los tiempos estipulados, lo que legalmente implicaría que deben dejar de ofrecer dichos servicios mientras se actualizan en el oficio.

³¹ En la ciudad de San Cristóbal de Las Casas algunos taxistas y guías de turismo ofrecen recorridos turísticos sin ningún permiso y por ende sin regulación sobre el servicio ofrecido.

³² “Siento que México tiene una normativa muy firme pero sucede que quien no la cumple también trabaja, también gana dinero y gana más porque no invierten un solo peso” (Entrevista San Cristóbal de las Casas, 1 de mayo de 2022).

³³ “Hay que renovar, hacer concesiones, hacer exámenes médicos a los operadores a los conductores o por ejemplo a mí como guía chofer, tengo que tener excelente estado de salud no puedo tener ni siquiera caries; para poder renovar mi licencia no puedo tener caries, tengo que tener cierto índice de masa corporal, si tengo hipertensión o algo así tengo que demostrar que tengo mis medicamentos, te tienes que cuidar porque vas con la responsabilidad de llevar al volante la vida de gente” (Entrevista, San Cristóbal de Las Casas, 1 de abril de 2022).

Los guías de turismo que no actualizan sus conocimientos, sus cursos en primeros auxilios y exámenes médicos no están capacitados para ofrecer servicios ni como *freelancer*, ni bajo contrato laboral con una empresa; pero, aunque la normativa es clara, su regulación no es constante y esto brinda espacios para que los guías no sigan las actualizaciones de forma periódica.

Por ello finalmente las instituciones juegan un factor central para la organización de las empresas turísticas y para las acciones formales e informales ligadas al turismo. Siguiendo a Foucault, las “Formas de institucionalización: pueden mezclar predisposiciones tradicionales, estructurales legales [...] pueden también tomar la forma de un aparato cerrado sobre sí mismo [...] con sus regulaciones propias, sus estructuras jerárquicas que están cuidadosamente definidas” (Foucault, 1991:94). Esas estructuras, aunque definidas y burocráticamente estables, terminan siendo un ente regulador en la norma pero no en la práctica, puesto que aunque la norma en México es clara, sus posibilidades de cumplimiento dependen de su contexto.

Es por esto que, aunque el control institucional se mantiene y puede cambiar la forma en la que se presenta incluso todo el panorama turístico, el panorama general diario solo se da a partir de relaciones de poder o de competencia entre las empresas formales y las informales y las opciones de oferta y demanda que desde cada parte se puedan conseguir. Aunque la norma se actualice y se considere de inmediato cumplimiento, el panorama turístico en San Cristóbal se ejerce bajo una normativa de la experiencia y se basa en las redes colaborativas de las empresas mayoritarias, por lo que se puede afirmar que la regulación la hacen las empresas con mayor trayectoria.

3.5.5 Turistas extranjeros y nacionales

En el tour a pueblos indígenas, la normativa de turismo, las autoridades encargadas de regular los servicios y los planes turísticos en general existen en tanto hay una demanda de estos servicios. Las solicitudes las hacen personas con el interés y el capital para comprar una “experiencia” ofrecida por entidades receptoras capaces de armar planes de acuerdo con los intereses personales de compradores.

De acuerdo con la entrevista a Fabián, quien ha trabajado como prestador de servicios turísticos en agencias de viajes y en tour operadoras y quien también tuvo la iniciativa de

crear su propia empresa en San Cristóbal de Las Casas, se ha tomado la información para hacer una categorización breve de los tipos de turistas que más visitan esta zona y sus intereses:

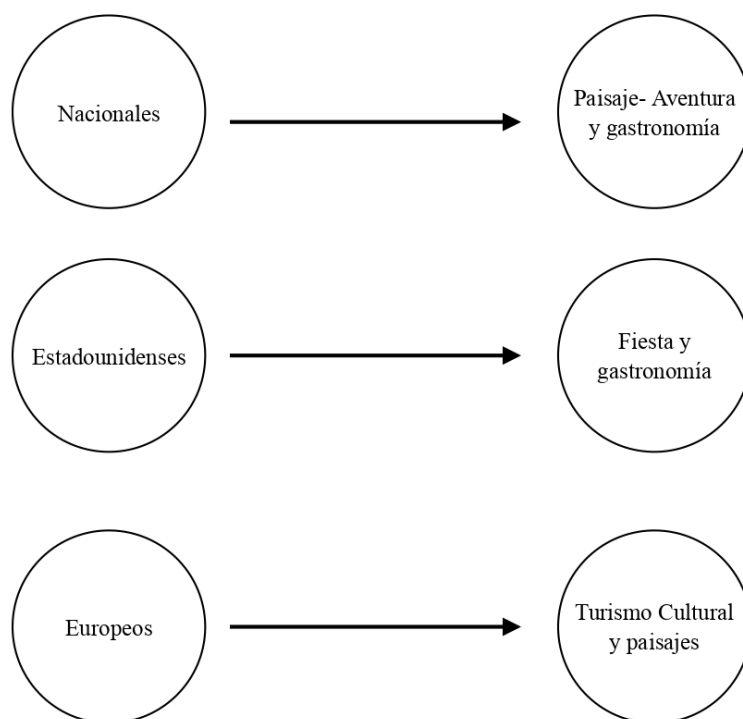


Figura 17. Mapeo de intereses de los turistas por nacionalidad.

Los servicios turísticos también entran en competencia de acuerdo con las temporadas altas y bajas, por lo que existen servicios que únicamente se dan en temporadas altas³⁴ y otros que permanecen durante todo el año, como lo es el tour a pueblos indígenas. Los tours que se mantienen todo el año lo hacen porque son los más económicos del mercado. Las temporadas altas son la Semana Santa, los meses de verano entre junio y agosto, y el periodo vacacional entre diciembre y enero; el resto del año es considerado temporada baja. En algunos casos

³⁴ Tours de aventura en regiones como la selva lacandona y diferentes zonas de Comitán.

hay temporadas altas definidas por las festividades municipales de Zinacantán, como lo son la fiesta de San Lorenzo o el día de muertos, pero estas fiestas están directamente vendidas a un tipo de turistas y sus intereses con respecto a la cultura de las regiones que visitan. La mayoría de estos visitantes son europeos y se hace una venta directa de la experiencia muchas veces desde empresas fuera de Chiapas.

El turista también hace regulaciones internas al tour, pues de acuerdo con los comentarios iniciales y finales de un grupo de turistas también se mide la calidad del servicio. También son los encargados de dejar sus comentarios en plataformas digitales para viajeros y de estos comentarios depende mucho el funcionamiento futuro de la empresa turística. En varias ocasiones esto implica una especie de atención en la que el turista “siempre tiene la razón”. Algunas veces, dependiendo del visitante, este mismo puede tener acciones de mando o de exigencias; en función de sus comentarios o reacciones en el tour se puedan cambiar cosas directamente en el lugar de visita o puede que la tour operadora deje de visitar un lugar, pero esto no implica un cambio real en el funcionamiento del tour sino, por el contrario, un cambio en el espacio de visita.

Es así como los comentarios positivos o negativos por lo general afectan a dos actores en el proceso: 1) A los guías quienes, si no logran llamar la atención de su grupo, terminan sin recomendaciones y sin propinas de las que suelen sacar ganancias diarias; 2) Las trabajadoras de Las Casas de Tejidos, quienes a partir del comentario negativo de un turista, pueden perder el trato con una agencia o la visita de un guía, lo que implicaría perder visitantes y por ende ventas, lo que a largo plazo pueda acarrear el cierre de una Casa.

Esto por lo general tiene un funcionamiento horizontal donde el turista paga por un servicio turístico y la tour operadora lo brinda: hace un balance general terminando el tour, y finalmente la empresa recibe comentarios directamente o en plataformas digitales. Por lo general es más sencillo resolver inconvenientes si se les comparte de forma directa que si se les deja información en plataformas, pero de la información en estas últimas depende mucho el posible llamativo de una agencia y es por esto que muchas veces el marketing de una agencia se materializa a partir de videos con los turistas terminando cada tour o con fragmentos de los comentarios en sus redes sociales o portales como Booking o Tripadvisor.

3.5.6 Redes de turismo

Conociendo el papel de los actores externos aquí presentados, es importante tener en cuenta la forma en que los mismos crean una red externa de la que hacen parte, pero también tienen la posibilidad de modificarla. Estas redes son entendidas como “complejas estructuras de comunicación establecidas en torno a un conjunto de objetivos que garantizan, al mismo tiempo, unidad de propósitos y flexibilidad en su ejecución gracias a su capacidad para adaptarse al entorno operativo” (Castells, 2009: 46). Los objetivos del turismo siempre se centran en brindar un servicio de manera constante que atraiga mayores compradores y por tanto visitantes. El propósito se encuentra en la posibilidad, por un lado, de vender una experiencia y, por el lado del turista, recibirla, para que al final se encuentren en una constante adaptación de las empresas a los intereses de los turistas y al entorno que crean con los actores internos.

Las redes turísticas necesitan ofertar posibilidades y experiencias similares pero dando un factor que atraiga y mantenga la competencia, de tal forma que se logre una estabilidad entre el beneficio económico y la propuesta señalada de servicio. La siguiente reflexión sobre las agencias determina parcialmente esta relación del intercambio entre la red, el turista y los destinos:

Sí, pues lo que tiene el mapa turístico de Chiapas, es que tienes prácticamente todo, playas, ríos, selva, arqueología, cultura y arte en un mismo lugar, solamente que está mal planteado, porque hay un problema político social [...] las agencias únicamente se dedican a querer ganar pero no a aportar; siento que el turismo debe ser un ganar ganar, un ganar de la gente que estás llevando a vivir una experiencia, pero también una ganancia para ti como agencia, pero no solamente monetaria sino de un sentido humano, ayudar un poco a los pueblos indígenas. (Entrevista San Cristóbal de Las Casas, 23 de septiembre del 2022)

Las redes que consiguen la estabilidad de ganancias, visitas y recomendaciones se mantienen en lo que el entrevistado llama un *ganar ganar*, pues las posibilidades de mantener una empresa turística de forma estable y que logre competir con empresas mayores, solo puede ser dada a partir de la estabilidad y la estructura en red, ya que “una vez establecidas y programadas, las redes siguen las instrucciones inscritas en su sistema operativo y pueden autoconfigurarse dentro de los parámetros de los objetivos y procedimientos que se le hayan asignado” (Castells, 2009: 45). Esto implica que, luego de concretada la estabilidad en red,

debe suceder un evento completamente inusual para poder cambiar las formas de asociación y trabajo de las redes, para este caso turísticas.

3.6 Interacciones turísticas y de poder

Las relaciones que han sido presentadas como internas y externas, trabajan bajo el hilo conductor de que son acciones basadas en el poder de unos actores sobre otros, lo cual no indica que solo pueda ser leído desde procesos de dominación, pero sí diferenciando el poder ejercido partiendo de contextos estratégicos y de su unión con el panorama turístico de Chiapas y San Cristóbal de Las Casas.

3.6.1 Relaciones jerárquicas

Las relaciones internas y externas tienen un común denominador y es que son dadas por actores en diferentes posiciones de poder, condicionado por su género, etnicidad, clase y otros tantos factores incluidos aquí. En primera instancia, de forma interna está la estructura de la familia zinacanteca que trabaja en el turismo y recibe diariamente turistas en su casa, a precios fijos a las Casas de Tejidos vienen siendo el eslabón base en la cadena de producción y venta. Al mismo nivel se encuentran las mujeres que trabajan de forma interna por un salario estipulado. Las compras de artesanías y el pago por servicios tienen precios fijos que no son modificables en tanto la oferta de mujeres que trabajan por ese salario es alta, pues se encuentra de por medio la idea del salario y la forma en que éste genera posiciones ventajosas y desventajosas entre las mujeres, ya que:

El salario, no es una cierta cantidad de dinero, sino una forma de organizar la sociedad. El salario es un elemento esencial en la historia del desarrollo del capitalismo porque es una forma de crear jerarquías, de crear grupos de personas sin derechos, que invisibiliza áreas enteras de explotación como el trabajo doméstico al naturalizar formas de trabajo que en realidad son parte de un mecanismo de explotación. (Federici, 2018:14)

Ligado al salario y la posición que éste genera, existe algo interesante al interior de las Casas de Tejido y es la presunción de poder ya que, siguiendo a Castells (2009), “El poder se construye conformando la toma de decisiones, por coacción o por construcción del significado, o por ambos a la vez” (Castells, 2009: 257). Con esto se supone que algún actor tendría poder sobre otro y éste mismo genera la sensación de seguir sus reglas para tener

acceso a otras herramientas de poder que se construyen a partir de significados. Esta situación fue ejemplificada con los guías de turismo y las mujeres que laboran al interior de las Casas, entre el buen trato a los guías con el delimitado plan de trabajo de mantener una relación con una agencia que garantice una mínima cantidad de visitas diarias, acción que termina gestando la mezcla entre la coacción de no recibir más turistas que lleven los guías y la construcción de significado a los espacios que es gestado por las mujeres en las Casas.

Por ende, se genera una posible lectura de los actores centrales del tour o del funcionamiento turístico, la cual deja a unos actores con responsabilidades sobre ciertos procesos en el accionar turístico, pero no siempre son los verdaderos responsables. Un ejemplo sería que, aunque se supone que existe responsabilidad del guía de turismo para mantener el bienestar e interés de los turistas, legalmente esta corresponde a la tour operadora. En la práctica, no obstante, es en el guía en quien recae esa responsabilidad. De igual forma, se necesitan ciertas pautas por parte de una de las mujeres de las Casas de Tejidos para atraer a los guías de turismo a su negocio y, aunque pareciera que es un trabajo colectivo de todas las que allí trabajan, este trabajo recae sobre una sola de las mujeres y depende de su posible complicidad con el guía.

Otra discusión es qué tanto limita o mantiene el trabajo de los tours el hecho de ser regulados por instituciones estatales o si, por el contrario, existe otro tipo de regulaciones sociales o económicas que repercutan de manera mucho más directa sobre el funcionamiento del trabajo en la agencia o la tour operadora, o en la capacidad de acción de los guías. Para Foucault, las “formas de institucionalización pueden mezclar predisposiciones tradicionales, estructurales legales, [...] pueden también tomar la forma de un aparato cerrado sobre sí mismo [...] con sus regulaciones propias, sus estructuras jerárquicas que están cuidadosamente definidas” (Foucault, 1991:94). De acuerdo con esto, muchas de las regulaciones pueden basarse en el aparato construido de la legalidad, pero éstas se comparten el ejercicio del poder con redes construidas de forma jerárquica que usan las figuras legales para fortalecer el eje de la estructura misma. Dicha acción es muy visible en la forma de asociación de las empresas turísticas grandes para posiblemente dejar fuera a las empresas turísticas pequeñas.

3.6.2 Redes colaborativas

La competencia basada en la asociación, que fue lo explicado para el caso de las empresas clásicas y con mayor experiencia en San Cristóbal de Las Casas, que dejan fuera el trabajo de empresas con menor recorrido, es la estrategia central de trabajo en el turismo en Chiapas. Es una forma de asociación que beneficia las ganancias de capital de las corporaciones o sociedades más estructuradas, y es por ello que:

Las pequeñas y medianas empresas se conectan en redes asegurando así la masa crítica de su contribución como subcontratistas, a la vez que conservan su principal activo: la flexibilidad. Las pequeñas y medianas empresas son a veces auxiliares de grandes compañías [...]. Las grandes empresas y sus redes auxiliares suelen formar redes de cooperación llamadas en la jerga empresarial alianzas estratégicas o sociedades. (Castells, 2009: 60)

Estas sociedades no son necesariamente declaradas en términos organizativos y económicos, sino que se fundamentan en un poder estratégico interno; por eso su trabajo es flexible y, como lo explica Castells, está basado en pactos informales que, para este caso, se aplican como alianzas estratégicas para mantener una estabilidad concreta que se va manteniendo año tras año y que fortalece la gran empresa para poder detener intentos de otros competidores.

Las empresas turísticas en San Cristóbal de Las Casas, por lo menos las de larga trayectoria, están acostumbradas a la asociatividad por conexión, la cual guarda una especie de pacto informal para no perder clientes pues “la práctica empresarial habitual en esta economía en red está basada en alianzas, sociedades y colaboraciones específicas para un producto, un proceso, un lugar y un momento dados” (Castells, 2009: 60). Esta economía en red funciona porque mantiene el panorama turístico estable para las empresas, donde se comparten transporte, guías y demás insumos con el fin de ahorrarse gastos y trabajo. Esto en el caso de las empresas locales, porque cuando llegan empresas más grandes de carácter nacional, existen dos tipos: aquellas que no le dan importa al trabajo local porque trabajan de forma general por todo el territorio nacional, y aquellas que intentan poner una sede en San Cristóbal de Las Casas, pero que deben dar inyecciones de capital suficientes para poder competir frente a empresas con alianzas estratégicas.

Las mujeres mantienen cierta red colaborativa que funciona en círculos de asociatividad determinados por su capacidad adquisitiva, prestigio y vínculos sanguíneos. Es por esto que, aunque las mujeres pertenezcan a un círculo familiar determinado, se asocian en mayor medida con aquellas que tienen similitudes económicas y de familia. Por ejemplo, entre hermanas suelen apoyarse en mayor medida las hermanas solteras, por un lado, y las hermanas con hijos de edades similares, por el otro.

A su vez, la red colaborativa más débil es la de mujeres artesanas que venden de forma itinerante al interior de Zinacantán, esto debido a que pareciera que deben competir por sus ventas y sus clientes fijos, lo que genera que bajen precios y tengan pérdidas. La asociatividad femenina también depende de factores de prestigio, pues los círculos familiares de las mujeres crean límites de unas mujeres con otras, donde se les moldea bajo la norma de con quiénes relacionarse y con quiénes no, basando sus relaciones en el prestigio familiar.

Conclusiones

Revisar las relaciones desde sus acciones internas y sus acciones externas, permite generar un análisis que trasciende las interacciones internas y las vincula no únicamente con un contexto exterior en materia de las relaciones existentes al exterior de la Casa, sino que brinda la posibilidad de vincular lo local con las acciones de carácter global y sus relaciones económicas.

En consecuencia, este capítulo trabajó dos de los objetivos específicos de la tesis en cuanto al análisis de las interacciones de poder al interior de las Casas de Tejidos y la identificación de las relaciones externas necesarias para su funcionamiento. Debido a esto fue necesario analizar las relaciones de poder internas para poder identificar el funcionamiento de las relaciones externas y como estas interacciones creaban todo el contexto turístico de las Casas de los Tejidos en Chiapas, basado en relaciones colaborativas y de competencia.

Con respecto a la metodología, fue de suma importancia hacer el análisis desde la lectura de relaciones personales e internas y relaciones externas pero interconectadas, debido a que fue la base para hacer el análisis de sociedad red con actores en el núcleo de la red y actores que mantienen la estructura de la red desde el exterior. Aunque contraponer dos

conceptos como el interno y el externo pueda parecer parcialmente binario, el foco de este trabajo es revisar la estructura de forma separada para poder entender la interconexión en red, y llegar a un análisis que desarrolle elementos constantes y circunstanciales en un espacio social.

Finalmente, el apoyo con herramientas como las cartografías de las Casas de Tejidos, las entrevistas semi-estructuradas y las notas del diario de campo, junto con la escritura basada en la triple posición, ayudó a tener dos materiales de trabajo; por un lado, los datos dados al interior de la Casa, los cuales tenían el tinte descrito por una investigadora y por una vendedora de artesanía y, por otro lado, lo escrito desde el papel de turista y los resultados de las entrevistas, lo que terminó describiendo el panorama interno y externo. Todo lo anterior facilitó la construcción de estas relaciones en red vistas por dos lados, pero ligadas por los nodos mismos del sistema turístico.

Capítulo 4. Actores y poder en el Espacio abierto al turismo

Este capítulo hace referencia a los conceptos construidos a partir de la relación de los actores y su ejercicio del poder en las Casas de Tejidos, para generar un aporte conceptual a partir de eventos contextuales producto de esta investigación, siguiendo el análisis de las relaciones sociales junto con sus actores. Para esto, se utilizó el análisis de contexto y de las herramientas empleadas en campo como las entrevistas y las cartografías, lo cual también está ligado a la propuesta teórica y al análisis de los objetivos de esta investigación. Finalmente, se hizo un análisis más global del tema de investigación que uniera algunos resultados generales con la perspectiva teórica y metodológica propuesta en esta tesis.

Además, este capítulo pretende ser el aporte conceptual directo de la tesis a la forma en la que se hace investigación en entornos turísticos y la forma en la que se han visto las Casas de Tejidos como turismo experiencial en un contexto como el chiapaneco, que ha marcado una pauta de visitas a las comunidades indígenas y un tipo de exotización de las mujeres que trabajan allí. Se busca exponer lo que implica que este trabajo turístico sea liderado por mujeres, el impacto de este trabajo en una red turística local, nacional e incluso global, y lo que implica una experiencia sensorial y corporal para reafirmar un discurso de lo otro.

Finalmente, el capítulo cierra con el concepto construido de la Casa para el turismo, y la forma en que el espacio doméstico turistificado se capitaliza como un espacio de vida personal que se ofrece al visitante, y las formas en que esto ha sido explotado de forma contextual en Chiapas y otras partes del mundo.

4.1 Teoría del género en casa

Muchas líneas de los estudios de género han estudiado el papel de la mujer desde su perspectiva personal o íntima, en donde cobra importancia la frase “lo personal es político”, pues lo que pasa en la vida íntima sí termina gestionando el posicionamiento político personal de muchas mujeres frente a la sociedad. Desde los estudios feministas con perspectiva económica se ha hablado mucho del trabajo doméstico, entendido como:

El trabajo doméstico es mucho más que la limpieza de la casa. Es servir a los que ganan el salario, física, emocional y sexualmente, tenerlos listos para el trabajo día tras día. Es la crianza y cuidado de nuestros hijos –los futuros trabajadores– cuidándolos desde el día de su nacimiento y durante sus años escolares, asegurándonos de que ellos también actúen de la manera que se espera bajo el capitalismo. Esto significa que tras cada fábrica, tras cada escuela, oficina o mina se encuentra oculto el trabajo de millones de mujeres que han consumido su vida, su trabajo, produciendo la fuerza de trabajo que se emplea en esas fábricas, escuelas, oficinas o minas. (Cox, 2018: 26)

De acuerdo con ello, este tipo de trabajo determina la cantidad de tiempo, esfuerzo y dinero de las mujeres que están en casa haciendo trabajos que no son remunerados, y que además les sobrecarga una serie de responsabilidades físicas y emocionales a partir de su papel de proveedoras de bienestar, papel que llevan ya sea que trabajen fuera de casa o no, pues se les es culturalmente añadido en tanto mujeres y cuidadoras.

Estas acciones, que se han criticado desde los estudios de género, tienen mucho que ver con la forma en la que se ha construido el género como regulador de acciones sociales; es decir, que el género ha atribuido lo que se debe hacer siendo mujer y lo que no se debe hacer siendo hombre, y esto ha sido socialmente aplicado a partir de la práctica reiterativa de ciertas acciones a partir del género. Lo anterior ha sido analizado como un hecho performativo, como lo explica Judith Butler: “el género no es un sustantivo, ni tampoco es un conjunto de atributos vagos, porque hemos visto que el efecto sustantivo del género se produce performativamente y es impuesto por las prácticas reguladoras de la coherencia del género” (Butler, 2007: 84). Estas prácticas reguladoras son las que han gestionado el común denominador de que, por ejemplo, las labores del cuidado sean ejecutadas por mujeres y han situado el hecho de que estas labores sean hechas desde casa.

La performatividad de aquellos roles de género, por lo general es pauta desde la estructura misma de la familia que gestiona qué se hace y dónde se hace, formando niños y niñas dentro de ese denominador, a quienes se les marcan las acciones que deben repetir de manera constante para ejercer su género desde que se es niño y, para este caso de estudio, desde que se es niña. Esta tesis ha revisado esa forma de cambio del género en casa encontrando que son transformaciones de la manera en la que se construye el género desde

que se es niña en torno a una nueva performatividad del ser mujer, que no implica el olvido de las pautas históricas sino el desafiarlas mientras se apropian.

El desafío se gesta desde el interior de la familia misma que, comparto con Castells (2001), está basada en relaciones patriarcales donde el jefe de familia es una figura masculina encargada de tomar las decisiones sobre el futuro de la misma. En la actualidad, no obstante, estamos viviendo la crisis directa de la estructura de familia patriarcal entendiéndola como: “el debilitamiento de un modelo de familia basado en el ejercicio estable de la autoridad dominación sobre toda la familia del hombre adulto cabeza de familia” (Castells, 2001: 163). Aunque Castells en otros textos afirma que es una crisis mayormente visible en países desarrollados, es importante revisar que puede venir de la mano de la inserción del capital en esferas familiares.

Precisamente, esta fusión del capitalismo y la vida familiar está desdibujando la fuerza de la familia “No solo de la familia nuclear (un artefacto moderno), sino la basada en la dominación patriarcal que ha sido la regla durante milenios” (Castells, 2001: 164). Por ello, tanto en concordancia con el autor como a partir del caso de estudio, revisamos que no es del todo el final eterno de la familia patriarcal, pero sí el ocaso de la dominación patriarcal en la familia, puesto que la dominación familiar ya no se está ejerciendo solo por los hombres del núcleo familiar, sino que las mujeres y su fuerza de trabajo han venido a jugar un papel central en este tipo de dominación.

Se hace referencia a la fuerza del trabajo femenina porque es la que ha desarrollado un nuevo papel de la mujer en la familia. Esto por supuesto ha sido un cambio paulatino, en donde la mujer lentamente se ha acercado a las esferas del trabajo remunerado en Latinoamérica y éste le ha dado un papel de mayor decisión en la familia “tradicional”. Pese a ello, es importante tener en cuenta que esta inserción se debe a múltiples factores:

Por una parte, a la informacionalización, la interconexión y la globalización de la economía y, por la otra, a la segmentación por géneros del mercado laboral, que aprovecha las condiciones sociales específicas de las mujeres para incrementar la productividad. (Castells, 2001: 182)

Este aprovechamiento de las condiciones contextuales de las mujeres ha sabido entrar a las casas cocinas y vida íntima de mujeres haciéndolas generar bienes y servicios gestados desde

casa, que ha traído beneficios económicos para su familia, lo que las ha puesto en una posición de negociación. Siguiendo a Castells “el poder de negociación económico conseguido por las mujeres en el hogar reforzó su posición frente al varón cabeza de familia” (Castells, 2009: 59). Esto ocasionó que tanto hombres como mujeres pudieran hablar en términos de iguales en tanto su posición de proveedores, pero solo con respecto al negocio textil, todo dinero y negocio fuera del trabajo textil, es producto del varón de la Casa y las mujeres siguen siendo excluidas de cualquier decisión.

Asimismo, la necesidad capitalista de generar bienes y servicios se ha acomodado, haciendo parecer sencillo el hecho de proveer para el núcleo familiar y para los externos al mismo tiempo. En tanto el intercambio con los externos genera beneficios económicos para la economía familiar y como quienes se encuentran al interior de las casas son las mujeres, terminan siendo ellas las encargadas de esta nueva doble posición de cuidadoras y proveedoras, que hace parecer que solo por el hecho de estar en casa deben gestionar la forma de conseguir dinero sin salir de la esfera privada.

4.2 Caso de estudio en Zinacantán

En este caso de estudio, las mujeres en Zinacantán, ya sean las que administran y trabajan en Casas de Tejidos o las que venden su mercancía para ser ofrecida en estos lugares, utilizan sus espacios domésticos para proveer servicios a externos. Algunas incluso de manera directa, pues son quienes reciben turistas y gestionan la doble carga de mantener sus quehaceres familiares y personales, mientras están también ejecutando su fuerza de trabajo en ventas para proveer económicamente a su familia directa.

Del mismo modo, otras mujeres venden sus productos artesanales que son hechos en sus espacios domésticos. De esta forma, atienden las necesidades de su núcleo familiar mientras hacen productos manufacturados que luego venden cerca de sus casas, esto bajo la doble labor proveedora de cuidados y de dinero, acciones que han sido fortalecidas por las dinámicas actuales del sistema capitalista.

A partir de lo anterior, es necesario tener clara la forma en la que ahora funciona y se gestiona el capital desde las esferas de lo doméstico; aunque siempre han existido mujeres que debían trabajar y proveer servicios del cuidado estando en casa, es necesario reconocer

que éste es un deber casi que normativo en estos tiempos contemporáneos donde la productividad se mide en todas las esferas de la vida. Por ende, una mujer en casa termina cargando esta doble labor y es así como las mujeres en Zinacantán no han quedado por fuera de estas dinámicas de una sociedad global y capitalista. Este accionar, no obstante, les ha permitido generar otro espacio decisorio en la manera de desempeñar su papel al interior de la familia.

4.2.1 Sobre las redes invisibles de poder

Las redes que planteo en esta tesis están basadas en relaciones de poder entre actores que tienen un intercambio de su fuerza de trabajo en un contexto turístico situado en Chiapas, puntualmente en San Cristóbal de Las Casas. El planteamiento conceptual y teórico está basado en Castells (2001) y su concepto de sociedad red, y en los intercambios que suceden al interior de dicha sociedad. En lo anterior, encuentro similitudes con la forma en la que se ha organizado y forjado la red turística a nivel global, nacional y local, conceptualizándola como una red invisible de poder, pues los relacionamientos no demuestran de manera directa el tipo de relación/dominación efectuada entre unos actores y otros.

4.2.2 ¿Es el turismo en Zinacantán una red turística?

Una red intercomunicada en el sentido que propone Castells (2001) se refiere a:

Estructuras comunicativas [...] las redes procesan flujos. Los flujos son corrientes de información entre nodos que circulan por los canales que conectan los nodos. Una red está definida por el programa que asigna los objetivos y las reglas de funcionamiento de la propia red [...] una vez establecidas y programadas, las redes siguen las instrucciones inscritas en su sistema operativo y pueden autoconfigurarse dentro de los parámetros de los objetivos y procedimientos que se le hayan asignado. (Castells, 2001: 45)

De tal forma, la red es cogestionada por los actores que componen este proceso social del que son parte, pero pueden construirlo o destruirlo dependiendo de su accionar y en algunos casos coaccionar. Para hablar de una red general de actores del sector turismo en Chiapas, encontré necesario catalogar primero sus subredes que se organizan entre los nodos, entendidos como:

...elementos necesarios para el funcionamiento de la propia red, aunque las redes permiten cierta redundancia como salvaguarda para su propio funcionamiento. Cuando los nodos dejan de ser necesarios para cumplir los objetivos de las redes, éstas *tienden* a reconfigurarse, eliminando algunos de ellos y añadiendo otros nuevos. Los nodos existen y funcionan exclusivamente como componentes de las redes. La red es la unidad, no el nodo. (Castells, 2001: 45)

La primera subred es la de actores zinacantecos dedicados al turismo; hablo de subred ya que para este caso las interacciones dadas entre ellos son más constantes y además generan un efecto productivo en la comunidad. Este efecto depende de inyecciones directas de capital que dan los turistas donde necesita mantener las relaciones por parte de los actores de la subred, los cuales serían: Las mujeres zinacantecas administradoras de casas turísticas, las mujeres que trabajan en dichas casas, las mujeres que venden productos manufacturadas a las antes nombradas y las autoridades de la comunidad.

Luego está la subred de actores que involucran la planeación del turismo desde San Cristóbal de Las Casas, y que funcionan como satélites para atraer turistas y generar visitas a Zinacantán. Estos actores por supuesto trabajan dentro de la red, pero tienen distintas posiciones de poder que manejan desde diversos canales de comunicación. Entre ellos, una es más direccional entre figuras altas de dirección de agencias e instituciones reguladoras, y otras son más bidireccionales como lo es la de los guías de turismo, los vendedores de tours y los conductores. Por ello, tanto la subred ubicada en Zinacantán como la subred de San Cristóbal, aunque interconectadas, cuentan con fluctuaciones comunicativas que ponen de cierta forma a algunos actores a controlar la red y a otros a coexistir.

Estas subredes generan la red general del turismo en Zinacantán, que tiene una unión a partir de la comunicación que termina siendo la relación de poder central, pues a partir de un aparato comunicativo se gestiona el discurso global de venta que mantienen los tours ofrecidos en Chiapas como una experiencia única, por lo que finalmente la comunicación es el factor de unión y de nodos que estructura una red turística basada en relaciones de poder.

Para mantener un entorno turístico planificado y funcional, las relaciones de poder juegan dos papeles centrales. Por un lado, el control de lo que se dice y se hace al interior de la misma, y es por esto que a partir de la experiencia en campo con cuatro agencias distintas encontré el mismo discurso orientador. Por otro lado, está el papel de relaciones de poder

reguladoras, que determinan quiénes y en qué términos pueden ofrecer un tour a pueblos indígenas. Esta regulación se hace desde una vía institucional y normativa, pero en el contexto diario se da desde regulaciones co-creadas por agencias territorialmente fortalecidas.

De igual forma, las redes están fortalecidas en su núcleo por mujeres que forjan el contexto de visita turística de manera espacial y dotan de sentido al lugar partiendo de su presencia en esos espacios. Dicha ocupación del lugar a partir de su cuerpo está ligada también a su trabajo como vendedoras, siendo que:

Las mujeres se han convertido en los trabajadores ideales de la economía capitalista global en red: por una parte, pueden trabajar eficientemente y adaptarse a los requerimientos cambiantes de las empresas; por otra, reciben menor compensación por el mismo trabajo. (Castells, 2009: 58)

A partir de lo observado en campo, el postulado de Castells no solo es válido en tanto las mujeres son trabajadoras sumamente eficientes y se adaptan mayormente al cambio, sino que también están en capacidad de adaptar sus condiciones íntimas y personales alrededor de la producción de un servicio, por lo que efectivamente las mujeres son el actor central y el más eficiente en esta economía capitalista en red, no solo a nivel local, como son las mujeres en las Casas de Tejidos, sino también a nivel global, con la cantidad de mujeres que brindan servicios en la red global turística.

4.2.2 Redes turísticas capitalistas

Hago referencia anteriormente a la red capitalista ligada al trabajo femenino, pero de manera concreta las redes turísticas inscritas en el capitalismo lo están también en tanto existen en un mundo global que maneja un mercado financiero con pautas de regulación que limitan a unos y abren posiciones de acción a otros:

La cuestión decisiva es que el mercado financiero global es en sí mismo una red, más allá del control de los actores sociales concretos, y muy impermeable a la intervención regulatoria de las instituciones de gobernanza nacionales e internacionales. (Castells, 2009: 544)

Un debate interesante a partir del postulado de Castells (2009) surge de revisar que, por encima del poder decisorio de los actores y de las instituciones regulatorias, de igual forma

se encuentra el mercado financiero global, que marca las pautas mismas de regulación y de decisión. Un ejemplo interesante está en observar los efectos de la pandemia sobre el turismo y en concreto sobre las Casas de Tejidos, pues fueron momentos donde no hubo ventas y por ello éstas se cerraron; en tanto el mercado se cierra, las acciones directas de los actores no son incidentes para generar cambios.

La referencia a la red turística con el agregado de capitalista está basada en el poder del sistema económico sobre los individuos que ejercen su fuerza de trabajo, pues el capital determina muchas de las acciones entre el tiempo y el cuerpo:

El capital determinaba la duración de su jornada laboral -en qué momento se fichaba al entrar y se fichaba a la salida-. Esto definía el tiempo que pertenecíamos al capital y el tiempo que nos pertenecíamos a nosotros mismos. Pero este tiempo nunca nos ha pertenecido, siempre, en cada momento de nuestras vidas, hemos pertenecido al capital. (Cox, 2018: 38)

Siguiendo este postulado, precisamente el capital ha mutado a una mayor dominación, aunque de acuerdo con Cox (2018) la pertenencia al capital antes se podía difuminar un poco entre el tiempo de presencia física en la empresa y el de presencia física en casa, lo cual definía que solo se estaba sirviendo al capitalismo mientras se estaba en la empresa. Estudios más adelante revisaron que las cargas que se llevan de la empresa a los espacios de vida privada eran tan vinculantes que se terminaban entregando ciertos cuerpos y su fuerza absoluta al pensamiento y reproducción a un sistema capitalista, acción que es evidenciada en la forma en la que opera el sistema capitalista en este siglo XXI. Gramsci planteó que desde 1914, cuando inició el fordismo, el capitalismo requería de determinado tipo de trabajadores: “En la perspectiva de Gramsci [...] la sexualidad, la familia y las formas de coerción morales, del consumismo y de la acción del Estado se ligaban todas con el intento de forjar un tipo de trabajador adecuado al nuevo tipo de trabajo y de proceso productivo” (citado en Harvey, 1998 [1990]: 147-148).

El caso del trabajo femenino al interior de las Casas de Tejidos, precisamente muestra la posesión de cuerpos y su fuerza de trabajo entregada a una red turística capitalista, donde la empresa se incrustó en sus casas y espacios privados, por lo que la franja que separa el espacio del trabajo del espacio personal es tan reducida, que a partir de lo revisado es posible afirmar que es inexistente.

Esto tampoco puede ser leído únicamente como un proceso negativo para quienes están al interior de esta empresa turística capitalista, sino que este espacio que puede ser considerado como de dominación, a su vez habilita el poder decisorio de las mujeres sobre su fuerza productiva y de trabajo, así como sobre el valor agregado de sus productos y la forma en la que se introducen a un mercado capitalista generando la mayor cantidad de ganancias para ellas.

De igual forma, lo anterior no desconoce los procesos desiguales en los que trabajan mujeres y hombres en espacios donde se desdibujan por completo el espacio del capital y el de la vida personal porque, aun cuando los hombres trabajan en condiciones similares, logran conseguir mayores ingresos o garantías, pues “los varones continúan teniendo un mayor control de los oficios mejor pagados y de las actividades que reafirman la autonomía personal” (Fuller, 2010: 301). Por esto, en el caso zinacanteco se ha marcado también la separación de los oficios por género. Por un lado los hombres están más ligados al cultivo de flores y los grandes invernaderos, donde de cierta forma sí ejercen su autonomía personal, mientras que las mujeres y el trabajo artesanal aún sigue ligado al espacio doméstico, que aunque habilita ciertas libertades financieras, no implica una autonomía personal sólida.

Finalmente, las redes turísticas capitalistas generan espacios de dominación de un sistema económico sobre las formas de organización de servicios turísticos, dividiendo acciones y compromisos a partir del género, y ejerciendo control por la vía de la red y del sistema por sí mismo, dejando parte del núcleo de la red turística en manos de un mercado financiero global que es el encargado de regular y exigir capacidad, tiempo y recursos por parte de los oferentes.

4.3 De lo local a lo global

Aun cuando el proceso social y económico que intenta retratar esta tesis está ligado a un sistema global, de igual manera es necesario hablar de las transiciones entre lo local y lo global entendiendo éstas como una relación en red con formas similares, en las que se comparte una forma de hacer turismo de manera generalizada en localidades con contextos específicos, ya sean indígenas, campesinos o de alguna muestra cultural relevante para el visitante. Aunque no sea de forma realmente gestionada o planeada, el papel de la

globalización permite que coexistan experiencias similares con conceptos de discurso y trabajo parecidos, sin incluso conocer de su existencia entre sí.

Esta forma de unión entre lo local y lo global está ligada por un concepto que presenta esta tesis como el *turismo vivencial/experiencial*, el cual se ha ido explorando de manera directa en Suramérica, éste ha tenido un mayor auge en un público europeo y en algún caso hispanohablante, pues la unión de la manufactura con la cultura de personas vivas ha sido uno de los caminos de explotación de este tipo de turismo. En el turismo experiencial las personas se quedan por un buen tiempo con una familia y logran conocer de primera mano su rutina y vida cotidiana.

También están los tours a comunidades vivas que son también vendidos como parte de un paquete turístico, sobre todo porque es un lugar que se visita con la intención de hacer compras y el factor del recuerdo o el regalo del viaje siempre hace parte de la experiencia completa que debe de brindarse al viajero. En consecuencia, hay dos caminos por los que se llega a este tipo de tour: 1) Por interés genuino en la forma en la que se conoce el lugar y quienes lo habitan; 2) Como parte rápida de un tour de varias visitas que se da con el fin de hacer compras generales.

En Latinoamérica existen varias de estas iniciativas, pero para fines prácticos se hará referencia a dos experiencias similares a la ofrecida en Zinacantán, Chiapas. La primera es la experiencia en casas de teñido de lana de alpaca y llamas en la zona de Cuzco en Perú. En tales tours se hace una demostración del teñido y el trabajo de las mujeres desde la cría de los animales hasta el proceso de tinte con productos naturales. Las mujeres reciben a los visitantes con los trajes de esta región y hacen una charla sobre el proceso de cría, trasquilado y tinte de la lana con la que luego se elaboran diversos productos. Al finalizar se presentan las zonas de ventas y las diferenciaciones de los productos de acuerdo al animal del que vienen y su calidad (Ver anexo 6).

En el Amazonas colombiano se encuentra otro tipo de experiencia similar pero presentada de forma colectiva: En una *maloka*³⁵ ubicada en la ribera del río Amazonas, una

³⁵ Casa comunal amazónica.

comunidad tikuna llamada Macedonia ofrece la experiencia de conocer el interior de esta gran casa comunal y ver bailes tradicionales para, al final, comprar artesanías hechas con fibras naturales como lo son la chambira³⁶ y las semillas de açai³⁷. En este proceso el visitante conoce un poco de cómo es vivir en grandes casas comunales y finalizando puede llevarse un producto manufacturado por quienes allí viven, en una experiencia que no es ofrecida de manera individual, sino que siempre es vendida como una pequeña parte de un tour más grande (Ver anexo 7).

Los casos anteriores sirven para ejemplificar al lector la manera en la que opera el turismo experiencial que trabaja con las comunidades indígenas para vender una experiencia con la otredad, lo que está ligado directamente a la compra y venta de una manufactura de quienes allí viven. Este tour tiene como fin la venta de un producto manufacturado de manera artesanal.

La experiencia propuesta por las Casas de Tejidos en San Cristóbal de Las Casas es enlazada con el concepto de turismo experiencial entendido como la visita a un lugar donde el visitante conoce una cultura diferente a la propia, y ve de primera mano la manufactura de un producto artesanal hecho en un telar de cintura: artefacto propio y único del trabajo artesanal de estas comunidades. En este caso, la experiencia se da directamente en la casa de las artesanas, lo que como resultado vende un producto hecho en la intimidad de la vida de quienes habitan allí.

4.4 Performática turística y corporal

El valor agregado ligado a la experiencia es la forma en que la presentan las mujeres que allí trabajan. El discurso presentado por ellas mismas une mucho su experiencia como mujeres desde niñas hasta llegar a la avanzada edad, respondiendo a cómo su vida y sus cuerpos están atados al lugar que presentan como su casa, la cual también es una empresa familiar. Lo anterior implica la relación entre lo comunicado a partir del discurso y su relación con la vida íntima y los cuerpos mismos, por eso encuentro central revisar la forma en que se presenta

³⁶ *Astrocaryum chambira*

³⁷ *Euterpe oleracea*

este tour como una experiencia también corporal en tanto lo expuesto por ciertos cuerpos a sus visitantes.

Es así como uno de los factores que determinan el éxito del concepto de turismo experiencial, es la forma en la que se venden como una vivencia que involucra los sentidos; es decir, que el visitante vive la visita no solo de forma experiencial sino de forma corporal partiendo de que “no puede afirmarse que los cuerpos posean una existencia significativa antes de la marca de su género” (Butler, 2007: 58). Esto implica que la forma de habitar el cuerpo y vivir la experiencia también está configurada por el género, y es por ello que a las visitantes mujeres se les hace una mayor presentación de espacios como el telar y la cocina mientras que a los hombres se les hace mayor promoción de espacios como los invernaderos y la zona de ventas, partiendo de que las vendedoras también hacen una lectura de género de los posibles intereses a partir de la experiencia sensorial.

La lectura del género que hacen las mujeres zinacantecas vendedoras sobre sus visitantes y viceversa, la que hacen los visitantes de las mujeres sobre sus cuerpos y trajes, está basada en una construcción de género que se reafirma con actos particulares, pues:

El género, al ser instituido por la esterilización del cuerpo, debe ser entendido como la manera en que los gestos corporales, los movimientos y las normas de todo tipo, constituyen la ilusión de un yo generalizado permanente. Esta formulación desplaza el concepto de género más allá del terreno de un modelo sustancial de identidad, hacia uno que requiere una conceptualización de temporalidad social constituida (Butler, 1990: 297).

La forma en la que se constituye el género va ligada a las normas de género que encasillan los intereses de los cuerpos feminizados y los intereses de los cuerpos masculinizados. Estos están basados también en actos de repetición ligados a su género, que para diferentes autores son llamados también actos performativos, entendiéndolos como “actos ritualizados, actos que deben repetirse sistemáticamente para tener éxito. En otras palabras, para que el acto performativo mantenga su fuerza y poder vinculante debe evocar continuamente, debe convertirse en un ritual permanente” (Teopoco, 2017:133). El ritual ligado al género, implica de igual forma que hay actos performáticos que hacen mujeres de cierta clase, en cierto contexto y en ciertas condiciones por lo que, aunque repetitivos, no implica que sean homogéneos en todos los cuerpos femeninos.

Debido a esto gran parte de lo llamativo del tour es ver el acto performático repetitivo de las mujeres indígenas en el telar de cintura, acto que discursivamente venden como un evento que debe ser repetido en sus vidas a partir de una responsabilidad vinculada a su género. Según lo visto en trabajo de campo, noté que no todas las mujeres sabían usar el telar, varias de ellas ya habían optado por dedicarse solamente a bordar o a usar máquinas de coser, pero de forma discursiva es mucho más llamativo presentar la relación de las mujeres con el telar como un evento impuesto a partir de su género, lo que implica una mayor curiosidad por su intimidad y otredad.

Esta curiosidad también está basada en el seguimiento externo a actos performáticos del género por parte de cuerpos diferentes al propio, ya que la norma de género que justifica realidades en las vidas de las mujeres indígenas en Zinacantán y sus distintas prácticas no es la misma que rige la vida de mujeres en espacios urbanos:

Los actos performativos del género que realizamos en la cotidianidad son actos que nos preceden y, por ello, poseen una “realidad” histórica que está más allá de nosotros, de nuestra temporalidad, si bien su contenido únicamente se actualiza cuando corporalidades concretas lo encarnan. (Teopoco, 2017: 133)

Las corporalidades que habitan las distintas formas históricas de performar el género se basan en un contexto específico, pero lo central es cómo las mujeres han logrado monetizar a partir del discurso de la norma de género impuesta, y con esto revisar la forma en la que han logrado exponer las acciones que les han asignado a partir de su género como un hecho llamativo y distinto a la norma de las mujeres urbanas y no indígenas.

Los cuerpos generizados han logrado vender el discurso de las imposiciones como parte de su vida, y como parte de su cultura, reconociéndose a ellas mismas como actores que resguardan las costumbres a partir del cuerpo mismo, ya que un cuerpo generizado no es:

Una materia que exista antes de la repetición de gestos, movimientos, formas de vestir y de conducirse que son productos de los dictámenes de género normativos, ni al margen de los procesos de significación configurado por estos. Por el contrario, es en la reiteración de estas normativas que se trazan y estabilizan las fronteras de la materia, del cuerpo. (Teopoco, 2017: 134)

La repetición de gestos de docilidad, la forma de vestir a partir del traje típico que usan siempre que se reciben turistas y los productos que realizan a partir de su saber artesanal, implican la relación entre la norma impuesta y la reiterada y el intercambio necesario para mantenerla vigente y monetizar de paso con la tradición retratada en sus cuerpos.

Algo a dejar en claro es que mucho de lo que se expone a partir del cuerpo en espacios turísticos va ligado a la forma de vender un servicio y un discurso que atraiga a partir de la exposición de la cultura y costumbres grabadas en imposiciones históricas sobre cuerpos, para este caso indígenas. Lo interesante ha sido la forma en que las mujeres gestionan la forma “exótica” en la que las leen los visitantes con fines económicos que las benefician directamente.

Finalmente, es central entender que mucho de estos servicios de venta de experiencias al turista no están contruidos únicamente a partir de un discurso, sino que también están encarnados en los cuerpos de los actores que legitiman tal discurso, a partir de sus prácticas repetitivas que para esta tesis las entiendo como performáticas, y la incidencia de estos actos repetitivos en la forma de socializar su cultura y costumbres ha sido la encargada de estructurar la experiencia turística.

4.5 La Casa para el turismo

Los actos reiterados y por ende performativos, deben estar centrados en un espacio físico para unir la corporalidad con la espacialidad, y lo estudiado espacialmente en esta investigación fue la Casa. Sobre las casas se ha dicho mucho en materia de arquitectura, de relaciones sociales y sobre todo desde las relaciones de parentesco, y de lo que puertas para dentro habla de la vida íntima “como el lugar idealizado de la vida emocional” (McDowell, 2000:118), en donde adentro solo están nuestros rasgos que no se exponen en público y podemos dar rienda a nuestros impulsos más ligados a la vida personal. Algo así como un espacio en el que se está relajado y se puede ser como no se es en público.

Es necesario entender que la Casa puede seguir siendo parcialmente este espacio idealizado de vida emocional, de aquello que no se puede exponer en público, pero eso no implica que no sucedan otro tipo de acciones en su interior, aquellas que superan los límites de lo privado, porque las relaciones familiares al interior de la Casa pueden facultar

relaciones que se exponen hacia afuera y además que abren su vida al público; para ello se debe tener una claridad de lo que sucede al interior del espacio doméstico y las relaciones previamente establecidas:

Cuando las relaciones sociales se enfocan desde adentro del espacio doméstico se pueden superar los límites entre lo público y lo privado, entre lo particular y lo general, es decir, al contrario de lo que suele creerse, no se trata de un enfoque meramente doméstico o reducido a la esfera privada. (McDowell, 2000: 113)

En el caso de estudio de esta tesis encontré Casas que muestran su espacio doméstico y un oficio que se practica en su interior como forma de monetizar a partir de la experiencia de lo propio, y para ello se dibujan matices entre lo auténtico y lo tradicional, que en este mundo globalizado cada vez es más escaso, y por ende cada vez más “exótico”:

Los lugares ya no son «auténticos», ni están «arraigados en la tradición», [...] sino que se definen por las relaciones socioespaciales que se entrecruzan en ellos y les proporcionan su carácter distintivo. (McDowell, 2000:15)

Es por esto que las relaciones socioespaciales, para este caso familiares, proponen una idea de Casa en un espacio específico en una comunidad delimitada por límites geográficos, pero en un lugar construido con dos fines: 1) Resguardar a quienes allí habitan y 2) Exponer al forastero.

También está la forma en la que se pasa de un espacio doméstico a uno cotidiano, puesto que las acciones repetitivas de los actores en medio de un espacio escenifican de manera natural el lugar que se habita, donde se come, donde bañarse, donde dormir, donde bordar, donde tejer y es este acto lo que lo vuelve un espacio cotidiano. La cotidianidad se monetiza cuando los actores son conscientes de dónde hacen las cosas y cómo las hacen, volviendo las acciones un producto que deja beneficios monetarios directos a quienes habitan el espacio.

A partir del reconocimiento de estos beneficios monetarios, se puede indagar por la producción del espacio desde lo escenificado o en otras palabras lo fabricado:

Esa división binaria tiene mucho que ver con la producción social del espacio, con la definición de lo que es un entorno «natural» y un entorno fabricado y con las

regulaciones que influyen en quién ocupa un determinado espacio y quién queda excluido de él. (McDowell, 2000: 26)

Es por ello que, si se construye de manera regular el espacio bajo unas pautas previamente planeadas, se forma un estilo de fabricación del mismo: donde se presta la Casa al turismo, acción que puede ser replicada pero desde la construcción y el lugar de los cuerpos, por lo que un espacio socialmente construido, así sea bajo el mismo concepto, no es igual a otro, lo que se deja visible a la hora de visitar diferentes Casas de Tejidos en Zinacantán donde todas recrean un mismo concepto espacial, pero en cada una la experiencia trata de tener acciones distintas.

Lo anterior finalmente implica que presentar la Casa para el turismo es un acto replicado por un sistema en red turístico y capitalista, que homogeniza la idea del espacio privado y la de la comunidad étnica como parte de un paquete monetizable para el visitante. Como se ha afirmado antes en esta tesis, monetizar con lo íntimo ha sido la forma de acercar al otro a la vida privada para este caso acercarlo a la vida íntima de mujeres indígenas y su quehacer artesanal, que las diferencia aparentemente de los ritmos rápidos de un mundo globalizado.

4.6 El espacio doméstico turistificado

A manera de soporte general y siguiendo lo tratado en los acápites antes trabajados en este último capítulo, es necesario exponer el concepto que le da nombre a esta tesis y la manera en que presenta una práctica que cada vez está siendo más usada en la monetización internacional a partir del turismo. En este apartado se describe el conjunto de estrategias utilizadas en un lugar específico para crear una experiencia doméstica que vende un espacio turístico.

Debo partir de que esto no es un hecho aislado ni único, ya que son estrategias que se vienen trabajando no solamente en México, sino en todo el mundo, entendida como la turistificación del espacio privado, que suele estar ligado a un oficio. Jouault (2021) encuentra en un caso en la zona de Yucatán estas prácticas dentro de una comunidad que se dedica en su conjunto a estas estrategias de carácter turístico y la forma en la que el espacio turístico se unió al espacio doméstico y crearon un producto que en términos de lo que está escrito también puede ser visto como un espacio doméstico abierto al turismo. El autor nota

que esto, en primera instancia, ha tenido muy buena aprobación de quienes allí habitan, y que espacios como la milpa, los fogones y la apreciación del tejer hamacas, atrapa a los visitantes de una forma distinta:

Estas prácticas no modifican la distribución del espacio cotidiano. Es también en estos espacios domésticos donde se organizan las cenas en casa del habitante, casas cuyos propietarios son socios de U Najil Ek Balam o familiares cercanos. (Jouault, 2021: 194)

La parte de no modificar el espacio cotidiano implica mantenerlo tal y como está, teniendo en cuenta los beneficios económicos que esto pueda generar, los cuales son conocidos por los habitantes, siendo estos sus espacios del día a día, los cuales son vistos como parte del paisaje por los lugareños, pero son un espacio de completa novedad para un forastero.

Me refiero a los espacios domésticos turistificados para ejemplificar precisamente estos espacios de vida privada que son abiertos al turismo para una visita guiada que hace una demostración de la vida íntima, conociendo espacios previamente construidos para su presentación, los cuales permiten que el turista genere un vínculo empático espacial a partir de un “hogar” diferente al suyo.

No obstante, el recorrido por la Casa debe ser acompañado por un discurso de la vida en comunidad, de los usos y costumbres, de las creencias religiosas y prácticas cotidianas, que en varias ocasiones están ligadas con la relación de estas llamadas “comunidades vivas” donde, en los casos de las Casas de Tejidos, son los actores presentados como “los últimos Mayas sobre la tierra”, lo que genera mayor interés en conocer detalles de su vida y su cotidianidad.

Para este caso la vida privada está ligada a un oficio artesanal, que es el uso del telar de cintura para la creación de piezas artesanales textiles, que van desde un centro de mesa hasta un vestido tejido y bordado. La intención de la demostración del telar va intrínsecamente ligada a una posible transacción económica donde se unen factores como la visita de lo íntimo con la demostración de cómo se hace lo que venden en la casa; esto genera mayor proximidad por comprar una prenda hecha a mano.

Finalmente, para hablar de un espacio doméstico turistificado, primero se tiene en cuenta el espacio físico construido, segundo las relaciones sociales necesarias y constantes

para considerar el lugar como una casa o un área doméstica, tercero la perspectiva desde donde sus habitantes presentan la Casa como un espacio íntimo, y cuarto el factor de venta de tal espacio como un servicio turístico. Teniendo claras estas relaciones podemos hablar de la exposición de las características relevantes de un ambiente doméstico, aquellas que se consideran de impacto para un forastero o un visitante, que posiblemente puede pagar para conocer este espacio fabricado, para luego recordarlo como el instante en el que conoce personas únicas desde el calor de una casa desconocida.

4.6.1 La cartografía y el Espacio Doméstico Turistificado

Las cartografías fueron la herramienta capaz de demostrar en el texto la espacialidad de manera no escrita; el uso de la cartografía inicia como la herramienta predilecta para poder definir los espacios comunes que se encontraban en cada una de las Casas, como el espacio del comal, el de la cocina y, por sobre todo, la forma en la que se exponía la zona de ventas y las demostraciones de las diferentes estrategias discursivas al interior de las Casas de Tejidos.

Las ciencias sociales han tenido el formato de esta herramienta para detener parcialmente la estructura del mapa y rehacerla en sentido que pueda generar una lectura de los ojos de quien investiga y cuando es de forma colaborativa son los ojos del investigador y de las personas que habitan el espacio. Estas estrategias, después de encontrar lugares comunes, brindaron los detalles para analizar qué estaba dentro de la Casa y qué se encontraba fuera de la misma para poder seguir la línea de las relaciones internas y las externas; también delimitaron aquellos lugares que utilizaban las mujeres en materia de actividades domésticas, encontrando lo basado en el trabajo y en lo privado, como también aquellos espacios que nunca se pudieron conocer incluso con casi ocho meses de trabajo en campo.

Pero en especial fue la cartografía la que unió las acciones comunes, aquellas colaborativas entre guías y mujeres, aquellas que más que de cooperación eran de dominación y aquellas otras relaciones entre actores que solo detenidos en el espacio y en el reconocimiento de la espacialidad como factor de análisis fueron posibles de concretar; es por esto que el espacio doméstico turistificado se fortalece en materia de reconocimiento y análisis si está acompañado de este tipo de estrategias que reconoce espacios comunes para

renombrarlos y cruzarlos con experiencias similares centrándose en la forma en la que discursivamente se construye el espacio habitado para el turismo.

4.6.2 Habitar el Espacio Doméstico Turistificado

Este último capítulo recogió las discusiones centrales de la conformación del espacio social de las Casas de Tejidos, los conceptos circundantes que se relacionan, cómo el espacio es gestado por actores sociales en el ejercicio de sus relaciones internas y externas y la forma en la que trabajan desde su individualidad y contexto atravesado por factores como el género, la clase, los conocimientos o habilidades, la edad, el estado civil y el prestigio.

También se determinó cómo se es parte de una red global desde iniciativas turísticas locales y la forma en la que las relaciones al interior de una familia, o una empresa local, están ligadas a necesidades económicas propuestas desde un sistema financiero global. De igual forma, la construcción de estas espacialidades se vive de manera diferencial de acuerdo a los contextos específicos de los actores sociales.

Situar a las mujeres y sus cuerpos también implicaba un análisis más ubicado de las vivencias en las Casas de Tejidos, la forma en la que habita el cuerpo, no solo el espacio, sino una labor, un oficio e incluso un sistema económico del que se es parte, fue uno de los hallazgos de este documento: entender la transversalidad del cuerpo y el género a la hora de leer situaciones sociales ligadas a lo comunitario pero inmersas en cadenas globales de trabajo que para este caso son el turismo.

Uno de los trabajos más complejos que se intentó retratar fue demostrar cómo aquello visto con suma naturalidad —como el espacio de la Casa, aquello privado y doméstico—, es un espacio construido para quien lo visita, es un espacio que se puede replicar ya sea en una misma comunidad con el mismo concepto y con las mismas variables de trabajo, como en otros lugares de la red siempre y cuando mantenga un discurso que cohesione el sentido del espacio y que permita gestionar más espacios similares que alimenten una idea global del turismo experiencial.

En definitiva, uno de los retos metodológicos y teóricos de este documento era gestionar propositivamente conceptos teóricos para leer un contexto específico con actores diversos, por lo que en gran medida mucho del trabajo de campo y sus resultados se dieron

en torno a la posibilidad de proponer lecturas teóricas para el tema de las relaciones de poder en un espacio turistificado en un contexto local, determinando también que hacer trabajo de campo para leer las espacialidades ligadas a una red, implica una lectura más compleja de los actores sociales y sus interacciones diarias.

Conclusiones generales

Hace más de quince años que las mujeres en Zinacantán han empezado a vender sus artesanías desde contextos turísticos, proceso que inicia por algunas artesanas que tomaron iniciativas de buscar turistas en San Cristóbal de Las Casas y luego llevarlos hasta Zinacantán, así como guías que decidieron que las ventas se hicieran desde el interior de las casas haciendo más cómoda la experiencia. A partir de esto se fue gestionando un servicio turístico, mediado por mujeres zinacantecas que exponían sus casas, su vestimenta y su vida misma para fortalecer una fuente de recursos que les implicaba una nueva posición al interior de su familia y comunidad; estas iniciativas se conectan en red no solo con otras experiencias turísticas en Chiapas sino también con un tipo de turismo experiencial que tiene cada vez mayor auge en Latinoamérica. Esta forma de hacer turismo sembró múltiples preguntas y objetivos que se revisaron en el desarrollo de este documento.

En primer lugar, esta tesis partió de un recorrido documental del contexto, por un lado, de trabajos etnográficos en Chiapas y, por el otro, del contexto turístico en México y en Chiapas, para con esto generar una apuesta teórico-metodológica que uniera un trabajo de campo etnográfico en un espacio turístico con postulados teóricos que revisaran conceptos como las relaciones de poder, la comunicación, la sociedad red y el concepto de actor social, central para el desarrollo de este trabajo. Tanto los conceptos teóricos como el trabajo metodológico fueron construidos teniendo en cuenta el género y el sistema económico como estructuras transversales al desarrollo de esta investigación.

En el segundo capítulo se hizo una descripción detallada del espacio turístico construido por el trabajo en las Casas de Tejidos y, siguiendo esto, se hizo un recorrido descriptivo de dicho espacio. Con una descripción densa de los espacios y las acciones de las mujeres al interior de su casa, que funciona al mismo tiempo como su empresa, el espacio también fue descrito de acuerdo con las formas de relacionarse de las familias y la incidencia de actores externos en los distintos lugares de la Casa. La descripción espacial densa fue hecha con el fin de habilitar una lectura detallada del espacio, para poder hacer relaciones teórico-metodológicas en capítulos siguientes.

En el tercer capítulo se analizaron las relaciones que se gestaban al interior de las Casas, es decir aquellas basadas en el parentesco y sobre todo en las interacciones entre mujeres de una misma familia con otras mujeres de la comunidad, quienes se distanciaban por lo general por factores de prestigio y clase, acción ligada con el problema de esta investigación, el cual analizaba estos procesos de exclusión del panorama artesanal y turístico a partir de la clase y otros factores, por lo que el acceso a la empresa turística zinacanteca está basada en acciones sociales impuestas por la comunidad a algunas mujeres y negadas a otras.

En ese mismo capítulo se hizo el reconocimiento de las relaciones externas necesarias para el funcionamiento de las Casas de Tejidos. Se trabajó con los actores estratégicos de este proceso y también con sus coaliciones y entes reguladores del sistema turístico mexicano, esto con el fin de identificar las relaciones necesarias y centrales que trabajan de forma externa pero involucrada a la red turística en Chiapas. De igual forma, esta parte del capítulo fue dada a partir de los resultados de trabajo de campo y al análisis etnográfico de los datos trabajados.

El último capítulo de esta tesis presenta un aporte teórico-metodológico de hallazgos en trabajo de campo relacionados con el marco teórico propuesto. Estos conceptos se construyen usando el trabajo específico en Zinacantán como caso de estudio. A su vez, en este capítulo se hizo el análisis general a los temas transversales de la investigación, como lo fueron el género y el sistema económico.

Una de las grandes apuestas de este trabajo fue la metodológica y el trabajo de hacer investigación en un espacio turístico, puntualizando en la importancia de la triple posición como investigadora, como turista y como vendedora. Finalmente, fue esta triple posición la que se ató también a los objetivos de la investigación, ya que permitió el contacto analítico con las relaciones internas con las mujeres y sus familias, las relaciones externas desde la posición investigativa y las externas como vendedora a una red turística. El situarse desde estas posiciones también implicó una experiencia diferencial a la hora de analizar, que me puso en un lugar problemático al generar análisis gruesos de las interacciones de los actores y de sus posiciones al interior de la red turística, pues ubicarlos implicó generar muchos matices ya que los conocí desde posiciones diferenciales pero conectadas.

Finalmente, este trabajo se unió de principio a fin por posiciones teóricas como las defendidas por Manuel Castells (2001; 2009) con las formas en las que una sociedad en red se configura y retrata las dinámicas atravesadas por relaciones de poder, las cuales siempre están entrelazadas por un acto comunicativo que no únicamente configura discursos, sino que versa realidades. Sobre el concepto de género y las capacidades de acción de las mujeres, fue importante reconocer las existencias de sus cuerpos en la creación de un mensaje discursivo y la replicación de una experiencia espacial; por lo que los debates con autoras como Linda McDowell (2000) y Judith Butler (2007) brindaron este puente entre el cuerpo usado para la exposición a partir de su aprobación cultural y personal.

Entender este proceso espacial y cultural desde fuera, pero estando dentro, implicó una relación muy personal que, aunque se intentó dejar de lado, esto resultó imposible. En el fondo se espera que esta tesis sirva para que otras investigadoras puedan abrir caminos, como lo fue en mi caso con los antecedentes de Hortensia Martínez (2014), gestionando la necesidad tan vigente de generar vínculos respetuosos en los espacios de estudio, y en particular, mediados por la etnia, lo económico y las relaciones de género. Tal vez porque es un momento coyuntural en donde con las ciencias sociales nos alejamos del producto, el símbolo y el significado, para adentrarnos en el estudio de las colectividades que se organizan en torno a un quehacer, y el tipo de relaciones puestas en marcha mientras se trabaja por un fin comunitario y personal.

Otro aporte es el de la inmersión de las familias de las Casas de Tejidos en el capitalismo como un sistema de producción, distribución y consumo, que desde las últimas décadas del siglo XX se distingue por una forma de acumulación flexible; de acuerdo con Harvey (1995), todos estos cambios forman parte de esta etapa del capitalismo global, el cual requiere de determinado tipo de trabajadores como son las mujeres que laboran en tareas domésticas que generan ingresos amplios, y esta fuerza de trabajo que comparten no solo como productoras sino como consumidoras también.

Como último aporte, espero que cada vez se puedan problematizar más aquellos procesos sociales vistos con suma naturalidad. Entender que los cambios sociales están ligados a cambios generales en la estructura social y económica del mundo, la cual se une con los procesos locales con sumo detenimiento, pero de igual forma se basan en la rapidez

en la que se han dado los cambios durante lo que va de siglo. Las Casas de Tejidos se siguen manteniendo en el tiempo, y se han sabido transformar siguiendo cada uno de los cambios impuestos por la red turística, acoplando su propia estructura doméstica a las demandas de una sociedad en red que pretende servicios basados en la otredad, buscando sentirse diferentes a su propia otredad. Por ello, la intención de este trabajo fue puntualizar en aquellos actores que se han acoplado y reestructurado según estos cambios, que se han separado de la incidencia de quienes los visitan, no con esto desconociendo su capacidad de acción sobre el espacio doméstico turistificado, pero sí enfatizando en que en ellos no recae toda la fuerza de la red, que no pierde nodos y que no deja de co-crearse, pues mientras los turistas fluctúen y el telar se extienda en la mañana y se recoja en las noches, estos procesos de turismo global y local no dejarán de existir.

Bibliografía citada

Aguas, Diana (2013) *Turismo cultural: nuevas representaciones de la pelazón en Macedonia (Amazonia colombiana)*. Universidad Nacional de Colombia, Sede Amazonía.

Albores, Beatriz (1978) "La economía indígena" en *El funcionalismo en la etnografía tzeltal un análisis de sus implicaciones teóricas y políticas*, Chiapas: Universidad Autónoma de Chiapas.

Barragán, Diego (2016) "Cartografía social pedagógica: entre teoría y metodología." *Revista Colombiana de Educación* 70 (1): 247-285.

Bauman, Zygmunt (2007) *Vida de consumo*. México: Fondo de Cultura Económica.

Butler, Judith (1990) *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. Routledge.

Butler, Judith (2007) *El género en disputa: el feminismo y la subversión de la identidad*. Paidós.

Butler, Judith (2004) *Lenguaje, poder e identidad*. Editorial Síntesis.

Cancian, Francesca (1966) "Patrones de interacción en las familias Zinacantecas" en *Los Zinacantecos*, Instituto Nacional Indigenista, México, D.F: Sep/Set

- Cancian, Frank (1976) *Economía y prestigio en una comunidad maya – El sistema religioso de cargos en Zinacantán*. Instituto Nacional Indigenista Secretaria de Educación pública - Serie de antropología social, México D.F, número 50, Sep/Setentas.
- Cañas, Sonia (2016) “Pueblo trágico: gubernamentalidad neoliberal y multiculturalidad en el sureste mexicano”, *Revista Pueblos y Fronteras Digital*, 11 (21), pp. 3-30.
- Cotán, Almudena (2020) “El método etnográfico como construcción de conocimiento: un análisis descriptivo sobre su uso y conceptualización en ciencias sociales”, *Márgenes, Revista de Educación de la Universidad de Málaga*.
- Castells, Manuel (2009) *Comunicación y poder*. Alianza Editorial, Madrid, España.
- Castells, Manuel (2001) *La era de la información. Economía sociedad y cultura*. El poder de la identidad vol. II. Siglo veintiuno editores. México, México D.F.
- Contreras, Jackeline, Mancheno, Diego y Cifuentes, Sebastián (2018) Circuitos económicos solidarios turísticos un desafío de sostenibilidad. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 8 (15), 69-81.
- Cortez, Nini, y León, Rubí (2007) “Comunidades indígenas: ¿víctimas pasivas o agentes reflexivos frente al ecoturismo? Algunas consideraciones a partir de un proceso de intervención en el Trapecio Amazónico.” *Trabajo Social*. (9), 75-87.
- Collier, Jane (1982) *Justicia popular en Zinacantán*. América indígena, Instituto Indigenista Interamericano, México, Issn 0185, N°1.
- Collier, George (1989) Estratificación indígena y cambio cultural en Zinacantán, 1950-1987. *Mesoamérica*, 10(18), 427-440.
- Cox, Nicole (2018) Contraatacando desde la cocina, p. 25-46. En Silvia Federici (Ed.) *El patriarcado del salario*. Madrid: Traficantes de sueños.
- Cicutti, Bibiana (2021) La cartografía como objeto de cultura. *La Cartografía Como Objeto De Cultura: Materiales para su discusión*, 49.
- Diario de campo. 11 de mayo del 2021 al 8 de septiembre del 2022.
- Entrevista. Zinacantán. 11 de mayo del 2022.

- Entrevista. San Cristóbal de Las Casas. 1 de abril del 2022.
- Entrevista. San Cristóbal de Las Casas. 24 de marzo del 2022.
- Entrevista. San Cristóbal de Las Casas. 16 de mayo del 2022.
- Federici, Silvia (2018) El patriarcado del salario. *Críticas feministas al marxismo, 1*.
- Foucault, Michel (1991) *El sujeto y el poder*, Bogotá: Carpe Diem.
- Fuller, Norma (2010) Lunahuaná, un destino turístico. Transformaciones en la composición social, economía familiar y relaciones de género. *Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 8(2): 293-304.
- García Canclini, Nestor (1995) *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. Editorial Grijalbo SA.
- Giddens, Anthony (1991) "Modernidad tardía e identidad del yo." *Península: Barcelona*.
- Gil, Claudia (2020) *El arte textil maya en los altos de Chiapas: devenir de una práctica cultural*. Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas.
- Guber, Rosana (2019) *La etnografía: método, campo y reflexividad*. Siglo XXI editores.
- Imberton, Gracia (2020) “Notas sobre la mercantilización de los textiles y bordados artesanales de los Altos de Chiapas (1950-1985)” en *Miradas etnográficas sobre San Cristóbal de las Casas y Localidades alteñas de Chiapas. Siglos XIX-XXI*. Chiapas, Universidad Autónoma de Chiapas: Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas, pp.102-137.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2022) Informe anual sobre la situación de pobreza y rezago social. Unidad de planeación y evaluación de programas para el desarrollo. Disponible en: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/698091/07_111_CHIS_Zinacantan.pdf
- Jouault, Samuel (2021) *El traspais de Cancún-Riviera Maya: lugares, actores y dinámicas* Toluca: UAEM / CEMCA 2021.

- Kieffer, Maxime. (2011). El turismo en zonas marginalizadas: engaños y giros necesarios. *HAL SHS sciences humaines et sociales*. Disponible en: <https://shs.hal.science/halshs-01131102/>
- Liévano, Kristian, Mazó, María y Torres, Fabiola (2018) "Percepción y planificación del turismo sostenible en comunidades indígenas de México." *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía* 8(15): 117-133.
- Madera, Jesús (2000) Organización y características sociodemográficas de las unidades domésticas de producción campesina: Un estudio exploratorio en tres comunidades productoras de tabaco en la región costa norte de Nayarit. *Papeles de Población*, 6(26).
- Mancila, Lulia y Habegger, Sabina (2018). El poder de la Cartografía Social en las prácticas contrahegemónicas o La Cartografía Social como estrategia para diagnosticar nuestro territorio. Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires.
- Martínez, Hortensia (2014) *Los procesos de producción y comercialización de textiles y bordados al interior de una familia zinacanteca: Desde la mirada de la reproducción resistencia y cambio social*, Tesis para obtener el grado de Doctora en Estudios Regionales, Doctorado en Estudios Regionales, Universidad Autónoma de Chiapas.
- McDowell, Linda (2000) *Género, identidad y lugar: un estudio de las geografías feministas* (Vol. 60). Universitat de València.
- Novelo, Victoria (1993) *Las Artesanías en México*. Gobierno del Estado de Chiapas, Instituto Chiapaneco de Cultura. Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.
- Restrepo, Eduardo (2016) *Etnografía: alcances, técnicas y éticas* / Eduardo Restrepo; Bogotá: Envión editores.
- Rojas, Hugo (2016). Unas miradas a la diversidad de las familias. *Debates contemporáneos sobre la familia. Devenir* 30, 9-22.
- Rus, Jan y Collier, George (2002) "Una generación en crisis en Los Altos de Chiapas: Los casos de Chamula y Zinacantán, 1974-2000", en *Tierra, libertad y autonomía: Impactos regionales del zapatismo*, México, D.F., CIESAS, pp.157-199.

- Sandoval, Forero y Andrés Eduardo (1994) "Comunicación y cultura en los grupos étnicos del Estado de México." *Comunicación y Sociedad* 20 (1994): 13-33.
- Song, Baleun (2022) "Tanto indígena como tradicional: Autenticidad escenificada en el ámbito turístico de Zinacantán, Chiapas." *EntreDiversidades. Revista de Ciencias Sociales y Humanidad*, Vol. 9, Núm. 1 (18), enero-junio 2022.
- Grupo de Investigación Teoría Política Contemporánea (Teopoco) (2017) Reflexiones sobre el género, el cuerpo y el poder. Universidad Nacional de Colombia (Sede Bogotá). Instituto Unidad de Investigaciones Jurídico Sociales Gerardo Molina (Unijus).
- Toledo, Sonia (2020) "San Cristóbal de Las Casas y Comunidades indígenas alteñas en el Siglo XX. Un espacio de productores-consumidores" en *Miradas etnográficas sobre San Cristóbal de las Casas y Localidades alteñas de Chiapas. Siglos XIX-XXI*. Chiapas, Universidad Autónoma de Chiapas: Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas, pp.54-102.
- Tuan, Yi Fu (1977) *Espacio y lugar. La perspectiva de la experiencia*. Universidad de Minnesota.
- Turok, Marta (1988) *Cómo acercarse a la artesanía*. Plaza y Valdés. México, México D.F.
- Vogt, Evon (1973) *Los zinacantecos: un grupo maya en el siglo XX*. Dirección General de Educación Audiovisual y Divulgación. Sep/Setentas, Sur 124, núm. 306. México, D.F.
- Wasserstrom, Robert (1982) *El desarrollo y las teorías: Las comunidades indias en Zinacantán*. América indígena, Instituto Indigenista Interamericano, México, Issn 0185, N°1.
- Wasserstrom, Robert (1989) "Nuestros padres, nuestras madres. Vida doméstica y cambio religioso en Zinacantán 1910-1975" en *Clase y Sociedad en el Centro de Chiapas*, México, D.F: Fondo de Cultura Económica.
- Warfield, James (1973) "La arquitectura en Zinacantán", en *Los zinacantecos un grupo maya en el siglo XX*. Instituto Nacional Indigenistas, México, D.F. Sep/Setentas.

Zárate, José (2019) “Del indigenismo a la indigeneidad. Los dilemas del pluralismo étnico contemporáneo.” *Andamios*, 16(40), 57-84.

Anexos

https://drive.google.com/drive/folders/1YrSX2V6B_takKY9jmSjAunZrZsdJ9Q6W?usp=sharing

Recorrido fotográfico

<https://drive.google.com/drive/folders/1Uq-50Q3J96okZ4uzH1I3Mk8bxjrQuEc4?usp=sharing>