



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS
FACULTAD DE HUMANIDADES
CAMPUS VI



"A cuentagotas"

**Resignificación del uso del posh,
bebida artesanal de la zona Altos de Chiapas,
por los tsotsiles de Zinacantán:
El caso de la cooperativa de mujeres *Bolom ton***



**Tesis
Que para obtener el grado de
Maestra en Estudios Culturales**

Presenta

Nayeli Alhelí González Hernández

Director de tesis

Dr. Venustiano Toledo Vázquez

Co- directora

Dra. Perla Shiomara del Carpio Ovando



Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. Octubre de 2014



FACULTAD DE HUMANIDADES CAMPUS VI
 COORDINACIÓN DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO
 ÁREA DE TITULACIÓN
 AUTORIZACIÓN/IMPRESIÓN DE TESIS



F-FHCIP-TM-016

Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, a 14 de Octubre de 2014.

Oficio No. CIP/1335/14.

C. **NAYELI ALHELI GONZALEZ HERNANDEZ**

Promoción: **SEGUNDA**
 Matrícula: **12061011**
 Sede: **TUXTLA GUTIERREZ, CHIAPAS.**
 Presente.

Por medio del presente, informo a Usted que una vez recibido los votos aprobatorios de los miembros del JURADO para el examen de grado del Programa de Maestría en: ESTUDIOS CULTURALES, para la defensa de la tesis intitulada:

"A CUENTAGOTAS" RESIGNIFICACION DEL USO DEL POSH, BEBIDA ARTESANAL DE LA ZONA ALTOS DE CHIAPAS, POR LOS TSOTSILES DE ZINACANTAN: EL CASO DE LA COOPERATIVA DE MUJERES BOLOM TON.

Se le autoriza la impresión de seis ejemplares impresos y tres electrónicos (CDs), los cuales deberá entregar:



- Una tesis y un CD: Dirección de Desarrollo Bibliotecario de la Universidad Autónoma de Chiapas.
- Un CD: Biblioteca de la Facultad de Humanidades C-VI.
- Cinco tesis: Área de Titulación de la Coordinación de Investigación y Posgrado de la Facultad de Humanidades C-VI, para ser entregados a los Sinodales.
- Un CD: Coordinador del Programa de Maestría.

Se anexa oficio con los requisitos de entrega de tesis, emitido por la Dirección de Desarrollo Bibliotecario.

Sin otro particular, reciba un cordial saludo.


 FACULTAD DE HUMANIDADES
 CAMPUS VI
 DIRECCIÓN
 Tuxtla Gutiérrez, Chiapas
Mtro. GONZALO ESTEBAN GIRON AGUIAR
 Director

Atentamente
"Por la Conciencia de la Necesidad de Servir"


Dra. EMMA JOSEFA ROBLERO VILLATORO
 Coordinadora

 COORDINACIÓN DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

C.c.p.- Expediente/Minutario.
 GEGA/EJRV/mcmd*

Con cariño para Eustolia, Udelvi, Libni, Edrei y Darío:
Sé que mis logros los sienten suyos y los celebran igual.

Con amor para Iker, Dariath y Amir;
porque un día crecerán y sabrán lo que significan para mí.

*"El individuo siempre encuentra formas
de construirse, reconstruirse y re-inventarse
a pesar de las adversidades sociales,
económicas, laborales, buscando así
vías alternativas para **erigir sus identidades**"*

(Del Carpio, 2012: 222).

Agradecimientos

Este trabajo fue realizado gracias al financiamiento otorgado que recibí como becario (279364) de la Maestría en Estudios Culturales (Mec) de la Universidad Autónoma de Chiapas (Unach), otorgado por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt) durante el período Agosto 2012/ Julio 2014 y a la *beca mixta nacional* durante el período (Marzo /Junio 2014) en la Universidad de Guanajuato (UDG).

El resultado de haber cursado una maestría en la Facultad de Humanidades, Campus VI, de la Universidad Autónoma de Chiapas es el que ahora tiene en sus manos. Este trabajo fue posible principalmente a los seminarios y cursos de la Maestría en Estudios Culturales que enriquecieron el trabajo teórico.

A la Universidad de Guanajuato (UG) Campus Celaya-Salvatierra y Campus Guanajuato, sede Valenciana, por recibirme de forma cálida, por mostrar interés en esta investigación y por orientar mi camino con cursos y seminarios que nutrieron aún más el campo metodológico.

Al incondicional apoyo al doctor Venustiano Toledo Vázquez, mi director de tesis que acomodó siempre sus horarios para recibirme y darme las observaciones correspondientes, por su paciencia y ánimo entusiasta.

Al inigualable apoyo de la profesora e investigadora la Dra. Perla Shiomara del Carpio Ovando del Departamento de Estudios Sociales en la Universidad de Guanajuato Campus Celaya-Salvatierra, por su calidez humana, sus sabios consejos, su asesoría personal y en línea sin importar las circunstancias, la vida por algo la puso en mi camino y lo agradezco mucho.

A la paciencia y apoyo recibido por parte de la doctora Bertha Palacios López, usted fue quien en un principio orientó el camino de esta investigación y, por circunstancias ajenas, ahora es mi lectora. Gracias por la luz que me proporcionó para guiar la redacción de este trabajo.

Pero definitivamente, a quien le debo no solo las gracias, sino esta tesis por el tiempo e interés en esta investigación es a doña Juana Rosalinda Ruiz Solís, a quien todo mundo en Zinacantán y en el grupo *Bolom ton* llaman "doña Rosy". En el trayecto de este trabajo aparecerá así nombrada. Sé que su nombre completo no le gusta, pero lo coloco tal cual para que sepa exactamente quién es la persona que me abrió las puertas de su casa sin dudar de mí ni de mi trabajo, ella es la informante clave en esta investigación y sus aportaciones son muy valiosas porque enriquecieron con detalles lo acá escrito.

Ella desde un principio fue accesible conmigo, me dio acceso a la cooperativa "*Bolom ton*", a su familia, y me permitió conocer desde su perspectiva, las razones que la motivan a vivir y que contagia al grupo que coordina con el mismo entusiasmo. A Walter Vázquez, hijo de doña Rosy, también le doy mi agradecimiento, una persona que con paciencia me apoyó en las labores de campo y acompañó cuando estuvo en sus manos hacerlo; ¡gracias por todo!

A mi familia mi cariño e infinito agradecimiento; mis papás Udelvi González y Eustolia Hernández, mis hermanas Libni y Edrei; y a Darío, mi hermano. Ustedes siempre han estado conmigo al respaldo de mis decisiones y aventuras, en donde en más de una, ustedes compartieron las experiencias; gracias por acompañarme a la labor de campo, a caminar, a tomar posh de sabor, a comer pan de Zinacantán, a vivir de cerca los procesos sociales de esa hermosa población.

A Yazmín Álvarez alias "Yatón", amiga y casi hermana por comprender siempre mis horarios, adaptarte a ellos y a no abandonar la amistad, al contrario, levantarme en cada momento. A Bibiana Espinosa alias "Peperan" por seguir de cerca mis movimientos a pesar de la distancia que nos separa. A Jacinta Fuentes, por tus sabios consejos siempre en el trayecto de la maestría y a Emilia Ruiz, por tolerar, entender, comprender, adaptarte y compartir nuestros modos de vida durante el tiempo que estuvimos juntas en la estancia académica en Guanajuato: "Nadie conoce mejor a alguien, que compartiendo hasta la misma cama": ¡Gracias!

Al grupo *Bolom ton*, a las personas de Zinacantán que participaron en las encuestas, en los grupos focales, en las entrevistas, a los que me tendieron la mano y apoyaron sin distinción alguna; a todos aquellos que de alguna manera están o estuvieron en el camino de este trabajo que hoy es una realidad, mi más sincero agradecimiento.

Índice

Presentación	9
Introducción	12
Planteamiento del problema	19
Justificación	22

Primera parte. Marco contextual

Capítulo I. TLCAN y las consecuencias de su impacto en la región de los Altos de Chiapas	24
1.1. TLCAN y su impacto en los tsotsiles de Chiapas.	24
1.2. Maíz: Semilla con la que el TLCAN afectó a productores en Chiapas	26
1.3. Migración a E.U.: Solución para productores agrícolas	28
1.4. Bilingüismo: Oportunidad de tsotsiles para negociar en español. El posh, una alternativa	30
Los niños y el comercio en los Altos	32

Capítulo II. Comunicación y Estudios Culturales (EC)

en el análisis del posh como un bien cultural	35
2.1. Algunas teorías sobre la construcción de la realidad humana.	39
Teoría del "Significado y significante": De Saussure.	39
Teoría de las "Representaciones sociales": Moscovici.	40
2.2. Mediadores sociales generan diferentes tipos de recepción en el mensaje..	44
2.3. Estudios Culturales: Una visión integradora.	45
2.4. La memoria como soporte de vivencias.	49
Memoria e identidad.	50
Identidad, una cualidad múltiple	51
2.5. El poder y su relación con el folclor.	52
2.6. Apropiación de la cultura: Asimilar e incorporar.	55
2.7. Cultura, siempre en movimiento	56
2.8. Proceso simbólico	58
2.9. Posh como elemento cultural en Zinacantán	59

Segunda parte. Estudio de caso

Capítulo III. Metodología	63
3.1. Enfoque metodológico.	63
Investigación cualitativa	63
3.2. Técnicas de investigación	64
Etnografía de <i>Bolom ton</i>	64
Observación participante	66
Diario de campo	67

Encuestas	68
Grupo de enfoque (<i>focus group</i>)	70
Historia oral	73
Entrevista	74
Historia oral temática	75
Historia escrita	75
3.3. Actores sociales	76
3.4. Temporalidad de la investigación	78
Capítulo IV. Etnografía del municipio de estudio	79
4.1. Regiones socioeconómicas de Chiapas	79
Región V "Altos tsotsil- tseltal"	81
4.2. Tsotsil (<i>sots'il vinik</i>): Hombre murciélago	85
Ubicación	86
Población	88
Servicios	88
Festividades y cosmovisión.	90
"Todos santos" 1 y 2 de noviembre.	91
Altars de muertos	96
Principales oficios en Zinacantán	98
Floricultores.	100
Bordados y textiles	105
"Múltiple color": Indumentaria tsotsil de Zinacantán	110
"Blanca y negra: Lana de borrego". Indumentaria tsotsil de San Juan Chamula	114
Capítulo V. Posh, una bebida tradicional y artesanal	121
5.1. ¿Qué es el posh?	123
Proceso de realización: Destilado.	128
Alambique, destiladora o fábrica de posh	129
Clases de posh	136
5.2. Monopolio de alcohol en Chiapas.	140
¿Por qué Zinacantán no produce posh?	143
5.3. Usos del posh	144
Religioso: Festejan "la alegría" de su corazón	146
Ritual: Ofrenda y purificador	149
Social: "Amarras tratos" o cierra acuerdos.	152
Político: Todos se ven como iguales, de forma horizontal.	154
Medicinal (<i>poxil</i>): Cura males menores y del espíritu	157
Gastronómico: Saborean su cosmovisión.	160
Económico : Uso estratégico de elementos emblemáticos de la cultura tsotsil.	161
Venta de posh	162

Cooperativa <i>Bolom ton</i> (Jaguar de piedra)	163
El posh de sabor, un aperitivo: <i>Bolom ton</i>	165
San Cristóbal de Las Casas	169

Tercera parte. Análisis de datos

Capítulo VI. <i>Bolom ton</i>: Resignifica el posh	172
6.1. Resignificación del posh por los indígenas tsotsiles de Zinacantán	174
6.2. Mediadores múltiples que generan una nueva visión de la bebida en los tsotsiles de Zinacantán y <i>Bolom ton</i>	182
6.3. Categorías de análisis según los usos del posh.	182
Mediadores en el uso religioso.	182
Mediadores en el uso ritual.	185
Mediadores en el uso social.	190
Mediadores en la función medicinal del posh	194
Uso político del posh, no presenta mediadores múltiples	198
Uso gastronómico, una nueva función del posh	199
Uso económico. Función instrumental de ingresos económicos	202
6.4. Trabajo en cooperativas: Funciones expresivas y sociales. Catarsis entre mujeres	204
Cooperativas en Zinacantán. <i>Bolom ton</i>	206
Conclusiones	209
Referencias bibliográficas	213
Anexos	218

Presentación

El material que ahora tiene en sus manos, es la mejor manera para compartir mis experiencias del trabajo de campo realizado con el grupo "*Bolom ton*", una cooperativa de mujeres zinacantecas que a través de una receta de su propia creación, colocan con fruta de temporada sabor al posh; ellas lo venden actualmente al turismo que visita Zinacantán, el municipio de interés de este trabajo de investigación.

Por lo mismo, la atención de esta tesis versa sobre el posh, esta bebida elegida por los indígenas tsotsiles y tseltales para convivios, ceremonias y otras utilidades a través de los años. Descata, pues, que actualmente las personas tienen otras representaciones, otras actividades cotidianas a las de sus ancestros, tienen frente a ellos un abánico de posibilidades que les permite construir nuevas realidades sociales y resignificar aspectos culturales de antigua raigambre.

Lo cual ha generado un fenómeno de brechas generacionales entre los mayores y jóvenes. Para abordar lo anterior, esta tesis ha sido dividida en seis capítulos en donde se detallan y analizan las evidencias recolectadas con el trabajo teórico y metodológico de autores con relación a los Estudios Culturales. El capítulo I denominado "**TLCAN y las consecuencias de su impacto en la región de los Altos de Chiapas**", se presenta el impacto que generó el Tratado de Libre Comercio de México con Estados Unidos y Canadá, principalmente a los productores agrícolas del Sur del país, en los Altos de Chiapas.

El gobierno federal mexicano, con la idea de que este tratado proporcionaría mayores oportunidades de proyección mundial e inversión local, colocó a las personas, principalmente a las que dependían del campo en una crisis que los orilló a tomar decisiones de subsistencia económica que han marcado el trayecto de varios pueblos de Chiapas en la actualidad.

Por consiguiente, llegamos al capítulo II que se denomina "**Comunicación y Estudios Culturales (EC)**", y en él se abordan temas vinculados con la comunicación; en el modelo

matemático de comunicación se establecen los elementos que lo componen, sin embargo, es a través de los Estudios Culturales, que surge el análisis de los mediadores sociales en el cual radica la importancia de la tesis debido a que son los que intervienen, desde los Estudios Culturales presentados como Mediadores Múltiples en la asignación de sentido a las acciones, cosas o contextos.

Estos mediadores, intervienen como un factor indispensable en la comprensión y asimilación de la realidad, del contexto del individuo, le permite la aceptación, el rechazo o la negociación de los mensajes recibidos y emitidos. Es acá donde se centra la investigación, en conocer cuáles son los mediadores que han influido en los procesos sociales de las personas de Zinacantán y *Bolom ton*.

Este párrafo se dedica al capítulo III, la **Metodología**, en él se expone la manera en la que este trabajo ha sido realizado, las técnicas a las que se recurrió para alcanzar los resultados cualitativos y el motivo por los cuáles se consideraron las más eficaces. La entrevista está considerada como una herramienta usada en la labor de campo, y aunque es de carácter cualitativo, se utilizó de manera temática para tener un primer acercamiento con la población y con el objeto de estudio.

Dentro del tercer capítulo desarrollado en la investigación, también entenderemos que el valor informativo que se comparte gracias a la memoria humana tiende a cambiar según el contexto o las circunstancias, la memoria es un elemento que se analiza a través de herramientas metodológicas utilizadas en esta investigación: "No es la conciencia de los hombres la que determina la realidad; por el contrario, la realidad social es la que determina su conciencia" (Areóstegui, 2004: 149).

Y se aborda a la memoria debido a que es ella en donde radica la información que puede o no ser transmitida a los otros, desde un ser humano, mismas que ha visto o vivido de cerca; hechos o acontecimientos que son parte de su vida y por ende en la metodología, la memoria se analiza como relevante en este trabajo.

El capítulo IV aborda la **Etnografía del municipio de estudio**, en su contenido se exponen los elementos que describen la vida social y económica de la población sobre la cual versa esta tesis. A detalle podrá conocer su toponimia, ubicación, las labores en las que las personas se ocupan diariamente además de la indumentaria tradicional de las personas de ese municipio, su nivel de infraestructura, procesos económicos y más.

Y es así como llegamos al capítulo V, dedicado al “**Posh, una bebida tradicional y artesanal**” en donde de manera ilustrativa y descriptiva se aborda al objeto de estudio de esta investigación. Conocerá a qué me refiero al mencionar posh, la bebida propia de la Zona Altos de la entidad chiapaneca.

Su elaboración manual a través del proceso de destilado en un alambique, la cosmovisión con la que las personas rigen su vida en torno a ella, la manera en la que los tsotsiles la usan en sus prácticas cotidianas; la cosmovisión referente a ella se aborda a lo largo de las páginas que integran este penúltimo capítulo.

El capítulo VI aborda el “**Análisis de resultados**”, en él se conocen los factores que han intervenido en la población tsotsil de interés en la tesis, que han influido para la transformación de significado en una bebida tradicional en la población, importante en la mayoría de los rubros que componen su vida: religioso, político, social, medicinal y ritual.

Sin embargo, espero que con esta investigación el lector se pueda aproximar a la realidad social y cultural de Zinacantán; además de que investigadores, personas interesadas o curiosas en el tema, puedan encontrar algún apoyo metodológico o histórico que nutra su trabajo o transforme su perspectiva acerca de este poblado y bebida de antigua raigambre de la zona Altos de Chiapas.

Introducción

Durante julio del 2010 tuve mi primer acercamiento formal con el posh, mi papá, Udelvi González, es maestro comunitario en Shucutón, municipio de San Juan Chamula. Él en esa comunidad ha impartido clases durante seis años a los alumnos de quinto y sexto grado en la Escuela Primaria "Francisco Villareal", institución de Educación Básica con formato multigrado¹.

En la medida que se me ha hecho posible, he apoyado a mi papá en colocar a los alumnos de sexto -próximos a graduarse-, el vals de generación. Mi interés en la danza folclórica ha sido desde muy pequeña, además de bailar, colocar pasos y coreografía es algo que se me facilita también.

Yo fui a la comunidad y lejos de sólo apoyar a mi papá en algo que a él se le dificulta, para mí era un espacio de convivencia con niños y niñas de contextos completamente diferentes al mío. Me encantaba que al llegar a su primaria, ellos se acercan a mí llenos de curiosidad acerca de mi vida y de lo que ese año haría allí.

El interés por bailar el vals de generación siempre está en los niños de sexto, incluso en los de quinto que se emocionan al saber que el siguiente año ellos bailarían, sin embargo uno de los retos siempre ha sido conseguir que un niño y una niña se tomen de la mano, no está permitido dentro de los constructos sociales en su comunidad: "Los hombres y mujeres no tienen contacto físico unos con otras en público, ni siquiera en grupos, ya no se diga en parejas" (Marks, 2005:16).

El vals ha quedado siempre en fechas y digno de ser presentado ante los padres de familia, padrinos, maestros y autoridades municipales que siempre gustosos, año con año asisten a tal festejo. Y he ahí donde empieza el motivo de esta investigación, en el festejo, en la manera en la que todos los asistentes a la clausura conviven en un momento especial

¹Las escuelas multigrado son instituciones educativas en donde un maestro imparte dos o más grados en un mismo salón de clases.

para ellos y en donde celebran con posh, bebida elegida para las festejos en la zona "Altos tsotsil tseltal" del estado de Chiapas.

Debo de aceptar que en mi rol de "maestra del vals", siempre he sido tratada como alguien especial en las graduaciones, han sido alrededor de cinco generaciones con quienes he convivido, me agrada hacer fotografías de esos momentos especiales sin necesidad de explicar mi presencia, por ello he de reconocer que nunca me censuraron ni nada, algo por lo que siempre estaré agradecida con todos² los habitantes.



Fotografía 1³: Alumnas egresadas de 6to. grado de primaria. Shucutón, Chiapas; Julio, 2014.

En la mesa del presidium, en el que siempre el invitado de honor es el presidente municipal -en turno- de San Juan Chamula y que, en caso de no estar presente estará algún representante enviado por él en su lugar. Las personas que tienen el privilegio de estar en la

² Debido a la cosmovisión de las personas de la zona Altos de Chiapas, no permiten que personas ajenas a la comunidad o al festejo los fotografíen de no ser bajo su consentimiento, haber cubierto una cuota o explicar detalladamente el uso que se le dará al material recolectado. La mayoría de veces las personas piensan que cuando se fotografía a alguien, uno se lleva parte de su alma (su *chulel*). En el caso de las imágenes religiosas, tampoco permiten que las fotografíen porque se dice que los milagros no son igual de efectivos porque ya dividieron su alma. Además de que nos les gusta que las fotos de sus santos estén "regadas" (dispersas) por donde quiera.

³ Todas las fotografías expuestas en este documento, pertenecen al archivo personal de la autora y fueron obtenidas durante el trabajo de campo de este estudio.

mesa del presídium, observan la programación de la clausura en compañía de cerveza - siempre marca Superior enfriadas al tiempo-⁴.

Sobre la mesa también las personas tienen de dos a tres botellas de cristal con posh tapadas con olotes⁵, con hoja de elote seca o con un naylo amarrado a la orilla de la botella que sirve de tapadera, de ellas pueden servirse al gusto ya que siempre tienen más posh guardado, para estas ceremonias de graduación consiguen alrededor de 40 litros de posh. Acompañan estas bebidas con semillas como cacahuates enchilados, habas o pistaches.

Los papás presentes, rodean con las sillas de las aulas la cancha, escenario en donde se presenta la programación y les reparten refrescos Coca cola de 335 ml de vidrio -también al tiempo- y a los niños les entregan un Gugar de bote retornable de diversos sabores (refresco de marca comercial local) o Jarritos, la marca es opcional.



Fotografía 2 y 3: Marcas de refresco elegidas para la ceremonia de clausura en la primaria "Emiliano Zapata". Shucutón, Chiapas: Julio, 2104.

⁴ En la Zona Altos la mayoría de veces la temperatura es baja, el sol sale, pero no calienta mucho. Por ello, no necesitan enfriar las cervezas, las bebidas al estar en cristal o en lata, se enfrían de manera natural. No como lo haría un refrigerador, pero no están calientes.

⁵ El olote es el tronco que se queda una vez desgranadas las mazorcas de maíz del elote.

Al terminar la presentación de los números del programa de clausura, y la entrega de papeles, todos degustan de una comida -por la que previamente han cooperado-, en donde también hay posh y gustosos conviven maestros, alumnos, autoridades y padres de familia.

Al compartir estos espacios con las familias de San Juan Chamula, mi interés por conocer el proceso de elaboración y de consumo de esta bebida tan característica del lugar y que acompaña las clausuras escolares en presentación de garrafas de 40 litros, incrementó en la exploración del tema.

Una de las amistades de mi papá tiene una destiladora en el municipio de Cruztón, Chiapas -la comunidad principal productora de posh- gracias a él conocí detalles del proceso, incluso se me permitió tomar fotografías y escribí un reportaje para *Inn Magazine Chiapas*, revista estatal para la cual soy colaboradora.

Escribir ese reportaje despertó más dudas en mí en torno al tema. Conocer los usos de esta bebida que las personas tsotsiles le adjudicaban era de mi interés, y debo decir que esta bebida es tradicional en la zona Altos, en donde también los tseltales la utilizan con diferentes fines. Sin embargo debido a mi cercanía con las personas tsotsiles de San Juan Chamula y Zinacantán provocó que mi interés se centrara en ellos, especialmente en una organización de mujeres dedicadas a la producción y comercialización de este producto tradicional.

En alguna ocasión visité Zinacantán, un municipio cercano a San Cristóbal, ubicado a 15 minutos para escribir un reportaje acerca de textiles. Centré mi interés en las tiendas del centro, en donde abundan las casas que exponen prendas de vestir y artículos elaborados a mano. Sabía que ellos también consumían la bebida, pero no la tenían en exposición.

Lo único necesario era preguntar por ella, ahí fue donde debajo de mantas instaladas en un comedor, que lucía cómo quedaban sus artículos en una mesa real, sacaron el posh y me mostraron otras botellas que conocí como posh de sabor. Hasta ese momento, sólo tenían de jamaica, canela y anís. Compré sólo el de jamaica y recorrí otras tiendas en donde la dinámica era la misma, escondido de alguna manera, tenían el posh listo para vender.

Me llevé la bebida a casa y la compartí con mi familia, todos conscientes de que la bebida tiene muchos grados de alcohol, bebimos un poco, su sabor era fuerte, pero no le prestamos mayor importancia. Así quedaron abandonadas las botellas en el refrigerador, únicamente por curiosidad las abrimos y se fueron perdiendo en la ambigüedad.

Fue hasta otra oportunidad que regresé a Zinacantán para hacer un reportaje acerca del posh de sabor para la misma revista *-Inn Magazine Chiapas-*, pero me dirigí a la presidencia municipal, porque es ahí donde -la mayoría de veces-, conocen a las personas con experiencia en los principales temas en el municipio.

Al llegar, todos me recomendaron hablar con Walter, porque su mamá es productora de posh de sabor, nadie mencionó otro nombre a pesar de que pregunté con varias personas, todos indicaban que su mamá era la persona correcta a la que debía entrevistar. Y así fue, primero visité a Walter dentro de su oficina, un joven de 23 años de edad, encargado del área técnica de radio y comunicaciones de la presidencia.

Me recibió, entablamos una conversación y caminamos hasta su casa que está justo al lado del letrero que dice "Bienvenidos a Zinacantán". Ahí conocí a doña Rosy, una mujer como de cuarenta años, simpática, amable, diferente a las demás personas del municipio: Habla perfectamente el tsotsil, su tez es blanca y sus ojos son verdes, tiene actitud de guerrera y con propuesta de solución a las cosas.

Platicamos cerca de tres horas en nuestra primera entrevista, tanto ella como yo compartimos información personal. Yo le platiqué de mi interés por realizar un reportaje acerca del posh de sabor y de la gran cantidad de preguntas que en la cabeza ya tenía. Ella aceptó compartir conmigo información, fue reservada en un principio pero después y hasta la fecha nos hicimos buenas amigas. Me advirtió que el pueblo resguarda las costumbres de manera celosa porque no les gusta que se divulguen porque la persona informante podría incluso pagar con cárcel el compartir información.

Sin embargo con ella siempre hablamos de *Bolom ton*, la cooperativa que ella coordina y que realiza el posh de sabor, en muchas ocasiones conseguimos informantes a

quienes les cambié el nombre precisamente por la privacidad de su identidad, pero también doña Rosy abrió su corazón y compartió lo mucho o poco que sabe de ese maravilloso pueblo lleno de color.

Le conté la manera en la que previamente yo había conseguido el posh de sabor, seguido, ella me mostró el posh de sabor que ella y la cooperativa a la que pertenece (*Bolom ton*) realiza con minucioso cuidado y paciencia durante meses. Fue ahí donde noté que habían influido factores -desconocidos hasta ese momento por mí- para que de alguna manera creativa ellas hubieran diseñado la receta -nada sencilla-, para la elaboración del posh en el que utilizan frutas de la temporada y que hubieran dejado a un lado los textiles y bordado como su principal fuente de ingreso.

También me percaté que el posh que tiempo atrás había probado como "posh de sabor" que conseguí en las tiendas del centro de la ciudad, no era más que posh con saborizante artificial en polvo (que venden para "aguas frescas" en las tiendas mejor conocido como *toki*) y de sabor jamaica lo que le colocan al posh para venderlo como de sabor jamaica -sólo lo pintaban de rojo-.

Otras más, compraban botellas de posh a doña Rosy y lo rebajaban con posh blanco, así el sabor es más intenso y conserva el color. Muchas mujeres al enterarse de que doña Rosy hacía el posh de sabor le ofrecieron dinero para que les dijera la manera en la que lo elaboraba porque los turistas también buscaban el posh de sabor y ellas no sabían hacerlo. Ante la negativa de doña Rosy, ellas idearon el posh de jamaica -pintado o rebajado- para venderlo como tal y se lo habían dicho a ella para que se compadeciera y lo compartiera, pero no lo hizo y esa receta ha quedado resguardada en el grupo *Bolom ton*.

Lejos de que los factores económicos influyan para que la población esté interesada en vender el posh, una bebida que solo la zona Altos destila y pocas personas preparan, han influido más factores para que ellos resignifiquen la bebida, y es por ello que surge este trabajo de investigación.

Acá apreciable lector, he escrito a lo largo de dos años la mayor información acerca de la bebida, con apoyo de imágenes he intentado ilustrar la realidad que me permití fotografiar para que usted comprenda de la mejor manera el acercamiento al campo, a los actores sociales, a su perspectiva de vida y la cosmovisión entorno a esta bebida tradicional de los Altos de Chiapas.

Planteamiento del problema

*"No hay investigación, se dice atinadamente,
sin problema "(Sánchez, 1993).*

Chiapas cuenta con riqueza natural, arquitectónica y cultural. Convergen poco más de siete grupos indígenas (CEIEG, 2012), en donde predominan tseltales y tsotsiles que radican principalmente en la zona Altos de Chiapas. Ambas culturas comparten ciertos elementos que les proporcionan identidad, su cosmovisión radica en prácticas culturales en donde el posh, es una bebida artesanal es involucrada en muchas actividades de su vida.

Recordemos que la identidad "es un constructo social histórico" (Mazabel y Miranda, 2013:200), una construcción social que permite al individuo involucrarse con un grupo de personas, "esta se construye a partir de la experiencia, la memoria, la tradición, prácticas y expresiones culturales, políticas y sociales" (Said, 2005:39). Por consiguiente, el posh es una bebida que está considerada dentro de los aspectos identitarios de la población debido a que ellos la involucran dentro de sus actividades religiosas, sociales, rituales, políticas y medicinales en el que cumple con alguna función de destacada importancia.

Sin duda, es través de la experiencia y la repetición de actividades compartidas de generación en generación, es que esta bebida ha tenido la permanencia en ambas culturas; es normal saber que la bebida sea utilizada como ofrenda, como medicina o como elemento mediador de la comunicación. Al aceptarla y beberla, la persona comunica una **acción positiva** ante lo que se le proponga "en una petición formal zinacanteca, cuando a la persona a quien se le pide el favor **abre** las botellas, quiere decir que **acepta** el trato" (Marks, 2005: 14).

Zinacantán, como muchos pueblos de la zona Altos, principalmente San Juan Chamula, han encontrado en los textiles, en su indumentaria, en su modo de vida y demás elementos que les proporcionan identidad, una opción de ingreso económico, debido a que el turismo visita esos municipios con el firme interés de conocer lo autóctono de ellos.

Sin embargo, ahora lo mencionado parece no ser suficiente, debido a que actualmente en Zinacantán el posh es una bebida que se ha comercializado en especie de *souvenir* o recuerdo, y lo más interesante en esta situación, es que la bebida de ser transparente, ha sido transformada con sabor por parte de un grupo de mujeres de una cooperativa de nombre "*Bolom ton*".

Es evidente que existen ciertos factores que han influido en ellas para apropiarse de la bebida y resignificarla, han creado nuevas relaciones simbólicas con la bebida y es ahí donde radica el interés de este trabajo. Conocer las causas que han intervenido no sólo en ellas, sino en los pobladores de Zinacantán, y en su contexto para que se creen nuevos lazos de relación con esta bebida propia de la región V "Tsotsil- tseltal" en Chiapas.

Estamos hablando de circulación de bienes y mensajes, cambios de significado, del pasaje de una instancia a otra, de un grupo a varios. En esos movimientos se comunican significados, que son recibidos, reprocesados o recodificados (Canclini, 2004: 35).

Esos movimientos nos comunican que "algo" ha cambiado en el entorno de esas personas. Ellas son mujeres bordadoras, tejedoras de textiles -la principal actividad económica para las mujeres dentro de la región-, algo ha sucedido en sus entornos que ha cambiado para ahora retomar al posh, cambiarlo y venderlo.

El hombre es un ser único en cuanto que solo él posee la capacidad de simbolizar, es decir, de atribuir significado, libre y arbitrariamente a las cosas y los acontecimientos, a los objetos y a los actos (Singer, 1974: 314).

Claramente los seres humanos tienen la libertad de simbolizar y de atribuir significados a las cosas que los rodean. En el caso del posh, el significado se ha transformado pero no se ha perdido porque aún se llevan a cabo ciertas prácticas con la misma comovisión que rodea a la bebida.

El respeto que las mujeres de la cooperativa *Bolom ton* tienen por la bebida transparente, es el mismo y lo utilizan en los mismos contextos en el que sus antepasados lo

hacían. Aún la involucran, ellas y sus familias, en las actividades en la que toda la comunidad y zona lo realizan. Sin embargo, el posh de sabor se realiza únicamente con objetivos comerciales, para el turismo -asegura el grupo *Bolom ton* a través de entrevistas realizadas-.

Hay que decir también que las mujeres del grupo *Bolom ton*, están dedicadas al textil y al bordado. En Zinacantán la economía gira sobre esas ramas artesanales y el ingreso es mínimo debido a la gran cantidad de personas que ofrecen sus prendas o artículos elaborados a mano, principalmente en el centro del municipio a donde siempre el turista asiste.

Ellas son mujeres que aparte de trabajar en casa y atender a sus familias, -principales roles de la mujer en un lugar en donde **"los hombres son los que mandan"**-, también se dan el tiempo para trabajar en equipo con todas las integrantes de la cooperativa; aportan dinero a sus hogares o tienen la facilidad de comprar medicinas, prendas o alimentos, con la elaboración del posh de sabor, mismo que ha sido un éxito con la receta que han construido al perseguir fines comerciales.

Ante todo lo mencionado, surge el interés de conocer y analizar qué factores han ejercido influencia en las prácticas y decisiones que estas mujeres protagonizan y que han ido transformando el sentido original e histórico de esta bebida tradicional: El posh.

Ante ello, surge la siguiente pregunta de investigación: ¿Qué factores socio-culturales (como la religión, la economía, las instituciones gubernamentales, las instituciones educativas, etc.), han intervenido en los procesos de las mujeres del grupo *Bolom ton* y en la población tsotsil de Zinacantán para resignificar el sentido y uso original del posh?

Justificación

Esta investigación realizada en la región de los Altos de Chiapas, en Zinacantán específicamente y en parte de San Juan Chamula, radica específicamente en cómo los indígenas tsotsiles han cambiado el sentido que otorgan al posh, como una bebida sagrada para ahora comercializarla. Los tsotsiles son una cultura viva, y por tanto están en constante movimiento, no es de sorprenderse que tengan cambios dentro de sus prácticas sociales, debido a que su contacto con el exterior a través de diversos mediadores (desde la radio, televisión, educación y otros), han influido en su vida.

Ningún trabajo hasta ahora realizado en torno al posh ha analizado esa perspectiva. Existen investigaciones que dan cuenta acerca de la bebida como un problema social debido a que existen muchas personas que caen en el alcoholismo. También existen trabajos desde la perspectiva medicinal y la curación alternativa con medicinas naturales y otras más en donde el posh es un elemento que le proporciona sentido a alguna de las muchas etapas de sus vidas.

Por lo mismo, esta investigación aporta una riqueza intelectual y gráfica en torno a los tsotsiles, una nueva mirada: "La cultura consiste, pues, en los <<conceptos>> y <<modelos>> que la gente maneja para percibir e interpretar sus experiencias"(Singer, 1974: 306). Y es a través de esas interpretaciones, que la vida de las personas tiene más sentido y una razón de ser. Su cosmovisión se centra en las prácticas sociales y la reproducción de ellas a partir de una motivación y sentido.

Es una novedad saber que el posh ha sido transformado por manos de personas locales que utilizan la bebida en sus diferentes roles y actividades de relevancia social. Algo, o algunos factores en las personas indígenas de los Altos de Chiapas ha cambiado en su contexto y se han adaptado a las nuevas circunstancias.

Estudiar estos temas que permiten aproximarnos a elementos identitarios de nuestros pueblos originarios, conocer las familias que están articuladas a la elaboración del posh, conocer las perspectivas de las diferentes generaciones, es importante porque se pueden

apreciar los cambios de los contextos socioculturales que son consecuencia de los procesos cotidianos comunitarios.

Actualmente, la venta y consumo del posh se determina con diferentes finalidades, las familias, tanto productoras como las consumidoras de la zona Altos de Chiapas, se han adaptado también a los procesos de globalización con diferentes estrategias, han generado una nueva actividad, un proceso nuevo, han establecido diversas redes de comercialización.

Desde la mirada de los Estudios Culturales, la identidad y la comunicación, se analizará esta realidad. La intención en este trabajo de investigación es aproximarnos a los procesos de transformación de elementos identitarios de los pueblos tsotsiles. Permite también, conocer y analizar cómo estas comunidades viven y se adaptan a los procesos de cambio con la globalización.

Capítulo I

TLCAN y las consecuencias de su impacto en la zona Altos de Chiapas

*“La cultura ha de ser por lo tanto,
no una ciencia experimental en busca de leyes,
sino una ciencia interpretativa en busca de significaciones”*
(Clifford Geertz, 1992:2).

Desde que entró en vigor el Tratado de Libre Comercio con América del Norte (TLCAN), específicamente con Canadá y con Estados Unidos, se ambicionó con que habría un equilibrio económico en México, al tener la facultad de que empresarios y productores mexicanos podrían cruzar las fronteras geográficas de sus respectivos productos y servicios con proyección internacional.

El TLCAN tuvo beneficios efectivamente, pero fue para todos, menos para los mexicanos. En los siguientes párrafos intento explicar la manera en la que desde que entró en vigor, perjudicó a la mayoría de chiapanecos dedicados al campo.

1.1. TLCAN y su impacto en los tsotsiles de Chiapas

Carlos Salinas de Gortari ocupaba la silla presidencial de la República Mexicana y Elmar Setzer Marseille la gubernatura en Chiapas, cuando el 1 de enero de 1994, el nombre de Chiapas se dio a conocer ante el mundo por el estallido de una guerra en protesta por la entrada del Tratado de Libre Comercio de América del Norte con Estados Unidos y Canadá.

El Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) -encabezado por el subcomandante Marcos, vocero y jefe militar del movimiento zapatista-, declaraba en 1994 que pretendía prevenir lo que se intuyó pondría en crisis la economía de las personas que trabajaban la tierra principalmente. Ante ello, en los comunicados del movimiento del EZLN el subcomandante menciona los motivos que causan la guerra: "Claro que la fecha está relacionada con el TLC, que para los indios es una condena a muerte. La entrada en vigor del Tratado representa el inicio de una masacre internacional"(EZLN, 1994).

Para ello, miles de indígenas chiapanecos armados y cubiertos con pasamontañas -en donde con la mirada exigían respuestas al gobierno-, tomaron los municipios de San Cristóbal de Las Casas, Las Margaritas, Altamirano, Oxchuc, Huixtán, Chanal y Ocosingo.

Con la denuncia, el portavoz de los indígenas dejaba claro que ante el TLCAN - producto del proceso globalizador en México- los sectores más vulnerables como campesinos e indígenas, sufrirían las consecuencias del tratado con Estados Unidos y Canadá en donde en teoría, el tratado eliminaría obstáculos a los productos nacionales, promovería la competencia e incrementaría la inversión en el país.

Los principales beneficiados con el TLCAN fueron las personas integrantes del sector empresarial, los exportadores e importadores, aquellos que tenían influencias y poder. El resto de la población tuvo que migrar en busca de nuevas opciones que les permitiera obtener ingresos redituables. En el caso de Chiapas, y de muchos estados más, Estados Unidos era la luz económica, por lo que muchos migraron en busca del famoso "**sueño americano**" (mano de obra barata para empresas de EEUU y, en el caso de los trabajadores mexicanos, ganancia en dólares) para sobrevivir.

En Chiapas, en la zona Altos, esta crisis económica se presentó ante una población poco preparada y dependiente de sus tierras, el proceso de globalización y el TLCAN en lugar de generar un acceso libre al mercado internacional a los productores locales, les cerró la oportunidad de crecimiento por la cantidad de requerimientos para la exportación. Las personas de las comunidades que no migraron, se dedicaron a diversos oficios o al préstamo de sus servicios, a la venta de productos manufacturados por ellos, como textiles y otras artesanías en madera o barro.

Algunos más, continuaron con sus cosechas para consumo personal y venta en los municipios cercanos a sus domicilios: "Construir tiendas y casas en las carreteras, en lugar de hacerlo en la protección el valle, era un fenómeno muy nuevo. Simbolizaba el incremento del comercio con el mundo de habla española y la economía nacional mexicana" (Marks, 2005: 2).

Aunque mucho se diga acerca de que el TLCAN ha beneficiado a los productores mexicanos desde aquel 1994, lo cierto es que existieron más intereses por el gobierno de México, en aquel momento involucrados que el hecho de impulsar la economía para todo el país. Ilustrativas son las palabras que en una página electrónica se dice al respecto:

El TLCAN ha contribuido a estimular el crecimiento económico a crear empleos mejor remunerados en toda América del Norte. Asimismo, el TLCAN ha fomentado una competencia mayor en el mercado y ha ampliado la variedad de productos que se comercializan, mejorando así el poder de decisión y de compra de los consumidores, familias, agricultores y empresas de América del Norte (Anónimo, 2012)⁶.

El TLCAN se presume ante el mundo como un proyecto que beneficia a los consumidores y a exportadores. Pero precisamente porque existe una competencia internacional, existen más lineamientos que limitan el acceso de productos de mano de obra local. El acuerdo comercial "trilateral" fue un parte aguas en la economía de México, un antes y un después para la economía en el país, pero aún así, las personas no cerraron su paso, todo lo contrario, lucharon y en la medida de sus posibilidades, buscaron solución para mantenerse dentro del proceso económico.

Sin embargo, debemos reflexionar ahora respecto a las principales afectaciones relacionadas al TLCAN y a la forma en la que las personas que trabajaban el campo asumieron las situaciones.

1.2. Maíz: Semilla con la que el TLCAN afectó a productores en Chiapas

Según el artículo publicado por Jáuregui y Ávila (2007), existen diversos factores que orillan a las personas a emigrar de su lugar de nacimiento en Chiapas, dentro de ellas destaca la fuerte presión de la tierra:

La tierra disponible en Chiapas para uso agrícola no es suficiente para cubrir la demanda: alrededor de 41.3 por ciento de la población económicamente

⁶ Los habitantes de América. Anónimo, 2012. "Los habitantes de América del Norte disfrutaban de mayores beneficios tras 15 años del TLCAN" consultado el 20 de febrero de 2012. Recuperado de <http://www.tlcanhoy.org>

activa está dedicada a la agricultura y ya no hay tierra susceptible de ser colonizada como en el pasado (Jáuregui y Ávila, 2007).

La caída del precio internacional del café, los efectos del TLCAN sobre la producción del maíz, el levantamiento armado de principios de 1994, los desastres naturales y el incremento de la población en edad laboral son lo que consideran estos autores, como factores importantes en el motivo del proceso migratorio al norte del país.

Al respecto, estos autores indican lo siguiente:

Con la incorporación del maíz al Tratado de Libre Comercio (TLC), se inició la entrada al país, a **precios *dumping***, de toneladas de este grano provenientes de Estados Unidos, poniendo en jaque a los pequeños productores, para quienes fue difícil competir con la industria agrícola estadounidense, y originando en muchos casos el abandono de esta actividad. Las consecuencias son visibles. En Chiapas la ocupación en el sector agrícola disminuyó entre 1990 y 2005, en términos relativos, 29 por ciento, al pasar de 58.3 a 41.3 por ciento; además, entre el 2000 y 2004 el valor de la producción de maíz —en miles de pesos a precios constantes— registró también un descenso de 23.9 por ciento en la participación del producto interno (Jáuregui y Ávila, 2007: 7).

Desde la perspectiva económica, el ***dumping*** es considerado como una práctica competitiva desleal, debido a que un producto es vendido al extranjero a un precio menor que el que en su país de origen tiene. Esto hace que la mano de obra decaiga y se abarate. Aunado al *dumping*, los precios en fertilizantes, agua y electricidad incrementaron, así lo detalla la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA) en el Informe Final de la Evaluación Estratégica al Programa de Apoyos Directos al Campo "PROCAMPO" 2006- 2012:

La inclusión de México al TLCAN fue condicionada, desde el punto de vista agrícola, a que los precios de los productos nacionales fueran determinados por las condiciones del mercado, y no influenciados por las políticas públicas nacionales. Para lograr lo anterior, las acciones del gobierno mexicano se centraron en eliminar los sistemas de precios de garantía, incrementar los precios de fertilizantes y otros insumos agrícolas, y aumentar los costos de derechos de agua y electricidad para sistemas de riego.

Chiapas ocupaba siempre el tercero o cuarto lugar en México en la producción de maíz, el principal grano que se cultiva, consume y comercializa en toda la República con diferentes usos principalmente gastronómicos.

La SAGARPA en su informe sobre el *"Estudio de gran visión y factibilidad económica y financiera para el desarrollo de infraestructura de almacenamiento y distribución de granos y oleaginosas para el mediano y largo plazo a nivel nacional"* del 2009, detalla que entre 1998 y 2008, aproximadamente el 70% del volumen de producción en México se obtuvo de ocho estados, entre los que destacan por porcentaje de contribución, **Sinaloa** (16.9%), **Jalisco** (14.2%), **Estado de México** (9%) y **Chiapas** con el 8.4%.

En tierras chiapanecas el maíz y el cacao son de las principales semillas que dan sustento a muchos hogares, los agricultores al verse afectados por las razones anteriormente mencionadas, buscaron algunas alternativas de supervivencia y encontraron en la migración una solución. A continuación, las principales razones por las cuales las personas mexicanas y chiapanecas optan por esta solución.

1.3. Migración a E.U.: Solución para productores agrícolas

Ante lo que sucedía con la caída de la producción de productos agrícolas en México y en Chiapas, el centro e interés económico se situó en el norte del país. El TLCA complicó el ingreso a las personas indígenas - no sólo de Chiapas-, al mercado internacional y en poco tiempo tuvieron que idear algún planteamiento de subsistencia como migrar y buscar el "sueño americano" en los Estados Unidos.

Ganar en dólares y enviar dinero a sus familias, es motivo por el cual pasar de ilegal la frontera vale la pena para ellos. Las **remesas** a la fecha, están consideradas, después del **petróleo**, una divisa o ingreso económico importante en México, constituyen para muchas familias un sustento. El pago que las personas reciben en dólares en el país vecino es mínimo, las empresas consideran la mano de obra mexicana económica y efectiva. Son las remesas las que se consideran un capital que favorece a muchas familias y que en el país es una fuerte derrama económica.

Se distinguen tres tipos de remesas con fundamento en el criterio de su uso o función; en primer lugar, se encuentran las remesas como salario, que los migrantes envían de manera esporádica o frecuente a sus familiares; en segundo lugar están las remesas como inversión, que son remitidas principalmente en los viajes o traídas en el regreso y que tienen como objetivo la compra de terrenos o la edificación de una vivienda, lo que ha permitido la transformación arquitectónica en muchas poblaciones. El último tipo, son las remesas como capital, que tienen el objetivo explícito de una inversión productiva (Durand en Fernández, Mosqueda y Del Carpio, 2013: 130).

Situándonos en Chiapas, los indígenas -principalmente tsotsiles-, cambiaron el machete y azadón con los que cultivaban sus tierras, por oficios como albañilería, carpintería, panadería o rentaron sus servicios como veladores o choferes en el transporte público. Muchas son las personas indígenas –y mestizos- en la entidad chiapaneca, que tienen a un amigo, vecino, familiar o conocido que está en los Estados Unidos y se fue a trabajar. Incluso la infraestructura de las casas en algunos poblados dan cuenta de ello.

Casas con fachadas poco comunes y que son diferentes a los demás hogares de los poblados: Muy coloridas, grandes, pintorescas o con gran terreno, con arquitectura de otro nivel; obras creadas por los familiares que reciben el dinero y lo invierten a gusto de la persona que trabaja en el norte de nuestro país.

Ante la aprobación del TLCAN, mujeres y hombres se emplearon como personas del servicio doméstico en las cercanías de su domicilio, las mujeres buscaron opciones como nanas, ayudantes de cocina en restaurantes o en el servicio doméstico de casas particulares. Algunos más optaron por vender artículos de abarrotes o artesanías en sus casas o alrededores, requerían de un ingreso económico que aunque mínimo, estuviera seguro. En el 2013, diecinueve años después del movimiento zapatista armado de 1994 y de la entrada en vigor del TLCAN, el problema se agrava y más indígenas emprenden el éxodo a las ciudades cercanas.

Por ello, la mayoría de las personas de la zona Altos acude a San Cristóbal de Las Casas, una ciudad turística a 15 minutos de la cabecera municipal de Zinacantán y también

de San Juan Chamula, a vender sus artículos, emplearse en algún trabajo o a tener a la venta sus cosechas como elotes o verduras varias.

Los tsotsiles que se quedan en las comunidades, se emplean en sus domicilios o a las cercanías de ellos; la mayoría vive en un panorama nada alentador, el hecho de no tener cabida en el mercado internacional se refleja en la pobreza y los altos índices de desnutrición infantil en la que se encuentran, hoy lo que interesa al mercado laboral es la mano de obra calificada.

Por lo mismo, otra de las soluciones que encontraron después de la migración y el trabajar en las cercanías a sus hogares artesanías y demás oficios, tuvieron que aprender a hablar una segunda lengua -considerando que el tsotsil es su primer idioma-, para comunicarse fácilmente y ofrecer sus productos o servicios.

1.4. Bilingüismo: Oportunidad de tsotsiles para negociar en español. El posh, una alternativa

El proceso de globalización iniciado en la década de los 80, ha repercutido en todo el mundo trayendo innumerables cambios en los pueblos de Chiapas, principalmente de la zona “**Altos tsotsil-tseltal**” (CEIEG, 2013)⁷. Las personas ante la falta de apoyos federales y estatales, han buscado la manera de obtener ingresos por su parte. La venta de artesanías elaboradas por ellos a través de su cosmovisión, tienen como base los textiles y el bordado en el caso de las mujeres y la agricultura para autoconsumo y venta en el caso de los hombres, algunos otros indígenas con otro tipo de negocios buscan obtener ingresos económicos.

La venta del posh en los abarrotos de las Zona Altos es "normal"⁸ debido a que las personas que le agarran más sabor a esta bebida o que la requieren para una urgencia y no tienen dentro de su reserva, la buscan como si fuera refresco y la consumen en cantidades pequeñas (un litro como mínimo). Abarrotos, restaurantes, carnicerías, taquerías,

⁷Comité Estatal de Información Estadística y Geográfica, CEIEG de Chiapas, 2012.

⁸Al decir "normal", me refiero a que es común encontrar a la venta posh como conseguir pan o chicharrines.

Otras más, que tienen la facultad de hablar el español, extienden su negocio a los mercados y ciudades cercanas a su lugar de origen.

A la fecha, es común escuchar a la juventud y niñez comunicarse en español con las personas que no pertenecen a su etnia y en tsotsil o tseltal con sus amigos o compañeros que también trabajan para aportar dinero a su hogar.

Los niños y el comercio en los Altos

Desde muy pequeños, los niños aprenden el tsotsil o el tseltal, el idioma que se hable en casa. Una vez que han aprendido el idioma materno, aprenden a hablar el español por la necesidad de apoyar a la familia con el negocio del que se viva. Algunos son los niños que a los cinco años ya saben entender el español y a los siete años de edad puede entablar una conversación.

Tabla 1: Población de 5 y más años de edad según condición de habla indígena y habla española

2.1.16 POBLACIÓN DE 5 Y MÁS AÑOS DE EDAD SEGÚN CONDICIÓN DE HABLA INDÍGENA Y HABLA ESPAÑOLA, 2010			
CONDICIÓN DE HABLA INDÍGENA Y HABLA ESPAÑOLA	NACIONAL	ENTIDAD	LUGAR NACIONAL
Población de 5 y más años de edad	100 410 810	4 199 721	
Habla lengua indígena	6 695 228	1 141 499	2*
Habla español (%)	81.7	66.2	28*
No habla español (%)	14.7	32.5	1*
No especificado (%)	3.7	1.2	32*

NOTA: La fecha censal de estas cifras corresponde al 12 de junio.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), 2010.

El bilingüismo, la habilidad para usar habitualmente dos lenguas, es una habilidad que desde muy pequeños los niños aprenden a desarrollar debido a las "exigencias" y "demandas" de los procesos de la globalización. La participación de los niños en el mundo laboral es desde muy temprana.

Sin embargo, los pequeños no olvidan esa niñez, trabajan y al mismo tiempo se divierten, sobre todo si tienen a "amiguitos" de la misma edad en las mismas circunstancias laborales, en donde a medida de sus circunstancias y posibilidades, juega con lo que tenga en su contexto al mismo tiempo que favorece a su hogar con aportes monetarios mínimos.



Fotografía 8 y 9: Un niño bolea zapatos, mientras el otro lo espera sentado en su cajita en donde también lleva su herramienta de trabajo: Pintura, brochas, agua de jabón, etc. San Cristóbal de Las Casas; Julio, 2014.

Las necesidades familiares se reparten entre todos los que conforman un hogar. En el caso de los niños y niñas apoyan a sus papás en la cocina, campo, o con la venta de productos diversos para generar más economía en el hogar y no falte el alimento y les alcance también para la golosina⁹.



Fotografía 10: Chicharrines, palomitas y paletas de hielo, lo preferido por los niños. Shucutón, Chiapas; Enero, 2014.

⁹ El chicharrín de harina es una de las "chucherías" o golosinas preferidas por los niños, en donde a diferencia de los niños de las zonas urbanas en Chiapas que también consumen chicharrines durante la niñez, no están bien alimentados. Bolsas de este alimento puede ser adquirido desde los 2 pesos, su precio es bajo porque la demanda es mucha por lo pequeños, en la zona urbana una bolsa oscila en los 5 pesos y los niños tienen mayor variedad de caramelos o sabritas por elegir a diferencia de la zona rural.

Trabajos como chiclero (personas que ofrecen en un cajón de madera de forma ambulante dulces varios, chicles, cigarros, paletas y demás golosinas) al igual que boleros (persona que ofrece sus servicios de limpieza y lustrado de zapatos de manera ambulante), es desempeñado por niños, mujeres y hombres tsotsiles, tseltales, ch'oles, tojolabales, mames, y demás etnias oriundas de las quince diferentes regiones socioeconómicas de Chiapas en donde el español es indispensable.



Fotografía 11 y 12: Sin distinción de edad o género, trabajar como "chiclerito" es una opción que muchos eligen. San Cristóbal de Las Casas, Chiapas; Julio, 2104.

Otras personas, que por alguna circunstancia no pueden salir de su casa (porque el esposo llega de la cosecha y debe tener el alimento listo, tiene a niños muy pequeños, u otros factores), se deciden por abarrotos o negocios en el hogar que les permita desarrollar sus actividades al mismo tiempo de atender su negocio.

Capítulo II **Comunicación y Estudios Culturales (EC) en el análisis del posh** **como un bien cultural**

*"Los estudiosos comunicacionales consideran,
casi siempre que tener cultura es estar conectado"*
(Canclini,2004:13).

El posh es una bebida que por generaciones ha comunicado a las personas de la Zona Altos de Chiapas. Es involucrada con diferentes usos que siempre comunican "algo", es un código de comunicación que a través de los años las personas conocen y heredan. Por lo mismo, en este capítulo se hablará de lo que es la comunicación, de los Estudios Culturales y brevemente de la relación que ésta tiene con el posh.

La palabra comunicación proviene del prefijo latino *cum*= con y *munus*= común, en donde se deriva *communis*, que quiere decir comunidad o "**estado en común**"(Fernández y Dahnke, 1986:3 en Anónimo p.2), la etimología es la aproximación más cercana a comprender que la intención de la comunicación es colocar un mensaje en común con una o más personas o seres por igual, ya que la comunicación también se da entre otros seres vivos como los animales.

Berlo (1979) define la comunicación como un proceso en el que interviene un emisor que envía un mensaje a un receptor través de un canal, es a través de ese mensaje o información en alguna de sus múltiples modalidades, -recordemos que el individuo comunica a través de todo su cuerpo-, que sobrevive en un grupo con su entorno.

Paoli (1989) ve en la comunicación un acto de relación entre dos o más sujetos mediante el cual se evoca un significado. Al comunicarse con el otro, es como el sujeto consigue manifestar sus gustos, aprobaciones, disgustos y le permite vivir en armonía por medio de acuerdos y negociaciones con el resto de sus congéneres en sociedad.

Por su parte, Serrano (1986) elabora su definición acerca de comunicación y la establece como la forma en la que se relacionan los seres vivos a través del **intercambio de información**; al intercambiarla, hacen común el mensaje y **juntos construyen su realidad**.

Transmite sus necesidades al recurrir a los elementos que le parezcan suficientes y eficaces para alcanzar su objetivo.

Las maneras en las que el ser humano se comunica de manera interpersonal se clasifican en oral y escrita. Cada una con sus diferentes variantes, del lado de la escrita, en donde se comunica con el uso de algún código, un mensaje; se encuentra la simbólica, icónica y toda aquella que requiera de algún sistema para comunicar un mensaje con o sin su presencia.

Los estudiosos de la comunicación hacen esa clasificación para hacer estudios en cada una de las áreas. En el caso de esta investigación, centrará la atención en la comunicación oral, específicamente en la **tradición oral** misma que "nace entre las sociedades para transmitir, de generación en generación, ciertos mitos, leyendas, gestas o sucesos de la comunidad, que le dan cohesión y forman parte de su autoconciencia" (Garay, 1994:15).

Profundizando en la comunicación oral y escrita, Cestero (2006) se refiere a ella como **signos y sistemas de signos no lingüísticos que comunican**. Dentro del lenguaje no verbal está la comunicación kinésica (el lenguaje del cuerpo), las pausas y el silencio. Diversos autores crearon los modelos de comunicación desde diferentes perspectivas que permiten comprender la estructura que un mensaje atraviesa para lograr o no su cometido con el receptor o la audiencia.

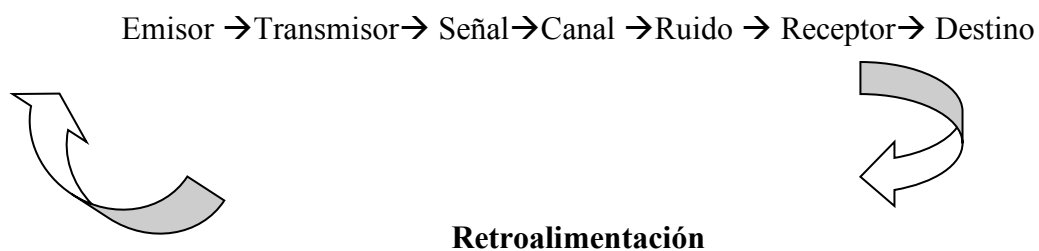
El modelo sociológico lo presentó Riley (1961) (la comunicación surge entre personas para extenderse a estructuras mayores), el modelo antropológico lo presentó Lévi Strauss y Verón (1960) en donde la comunicación es vista como un instrumento en las organizaciones o subgrupos. El modelo socio-psicológico de Ruesch y Bateson expone la comunicación en los niveles intrapersonal, interpersonal, cultural y grupal.

En el **modelo semiológico**, **Ferdinand Saussure** desarrolla una teoría de signos y significados. El modelo aristotélico de Aristóteles está relacionado directamente con la retórica en donde destaca principalmente la comunicación como sinónimo de persuasión, de inducción a la acción. Habermas propone el modelo conocido como Habermasiano que

destaca la acción comunicativa, en donde se plantea que la intención de emitir un mensaje no debe de estar cargado de persuasión, sin intenciones ocultas a las pronunciadas.

Muchos son los autores que de diversas disciplinas han observado y analizado la manera en la que el ser humano se ha comunicado con su entorno. Sin embargo, la **"teoría matemática de la comunicación"** (1948) de **Shannon y Weaver** es de los modelos de comunicación más utilizados por la utilidad que propone: Emisor, transmisor, señal, canal, ruido, receptor y destino. La codificación, decodificar y retroalimentación son elementos agregados después.

Figura 1. Modelo con la "teoría matemática de la comunicación" de Shannon y Weaver



Fuente: Elaboración de la autora a partir de Taller de expresión profesional. La comunicación oral. Capítulo 1. Tomado de http://biblio3.url.edu.gt/Libros/2012/taller_Expo/1.pdf el 20 de junio del 2014.

Los estudiosos de la comunicación señalan como base el modelo matemático anteriormente expuesto, algunos agregaron más elementos considerando su importancia dentro del proceso de comunicación. Por lo anterior, cabe aclarar que la comunicación humana se divide en dos tipos, a saber, la intrapersonal e interpersonal. La intrapersonal es la que el individuo lleva a cabo consigo mismo y la interpersonal aquella que se realiza con otros seres.

Para que se lleve a cabo la comunicación interpersonal, es decir, en donde dos sujetos compartan un mensaje, esta puede ser desde lo verbal y lo no verbal. La verbal se

clasifica en oral y escrita, mientras que la no verbal tiene varias modalidades como lo es la kinésica (la lectura de los movimientos del cuerpo).

El emisor del mensaje tiene siempre la opción de elegir la manera en la que se quiere comunicar, en donde siempre y cualquier modalidad antes presentada, cuenta con un código o lenguaje de conocimiento mutuo - de esta manera existe o se espera una efectiva comunicación-, en donde utilizarán el canal que mejor les parezca y se amolde a su necesidades.

Por lo mismo, es de trascendental retomar la participación de David Berlo (Toledo, 2005) con sus estudios a la comunicación humana y a sus aportaciones a la misma. Dentro de su esquema propone que el tradicional modelo matemático de comunicación (fuente, mensaje, canal y receptor), intervienen en la recepción efectiva de un mensaje diversos factores en cada área. Dentro de la fuente, desde donde se entiende que existe una habilidad comunicativa por parte del emisor, interviene el conocimiento sobre lo que se quiere compartir y la cultura. El autor propone que el mensaje siempre tendrá una estructura, un contenido y un código que debe de ser del conocimiento del receptor para la comprensión eficaz.

Sin embargo, el canal por el cual será transmitido ese mensaje, tendrá diferentes opciones como lo es la vista, el tacto, el olfato, gusto y oído, mismos por los cuales se puede recepcionar un conocimiento, pero será a través de los procesos individuales de cada ser, de su **habilidad comunicativa**, su **conocimiento** y su **cultura** lo que intervendrá para comprender el mensaje como el receptor espera.

Las personas deben de tener un código en común que les permitirá compartir sus procesos sociales individuales, en donde su cultura en general, es la que interviene como factor determinante para desarrollar temas en común de manera exitosa o no.

Por lo tanto, el interés de esta tesis, aparte de conocer la comunicación escrita acerca del poblado de interés e información histórica; se basará en la comunicación oral porque es

a través de la tradición oral y con apoyo de la palabra hablada, que las personas pueden compartir lo que almacenan en la memoria.

La memoria que funciona como una especie de bodega en la mente humana, en donde es posible indagar y obtener información subjetiva que podrá coincidir en muchos detalles con las subjetividades de otras personas más. Dentro de este mismo capítulo, se expone la importancia de la memoria como soporte de las vivencias humanas.

2.1. Algunas teorías sobre la construcción de la realidad humana

Sin embargo, los autores mencionados en el apartado anterior hacen referencia a los modelos que consideran es el proceso a través del cual un mensaje recorre para ser recepcionado por otro(s) individuo(s), con ello el ser humano entabla comunicación con sus congéneres para manifestar sus necesidades.

Por lo tanto y por lo antes expuesto, el concepto de comunicación que se trabajará en esta investigación, con los elementos antes citados, es el del análisis del ruido, en este caso denominado mediador, que interviene en el proceso en el que el emisor y receptor comparten un mensaje, debido a que afecta a la concepción y sentido de las palabras compartidas entre dos o más personas.

Más allá de ello, el ser humano necesita primero formar un mensaje interno para después transmitirlo con su entorno. A continuación, se mencionan dos perspectivas que para este trabajo resultan de interés, desde la perspectiva de la comunicación está Ferdinand De Saussure (1945) y desde la psicología social está Serge Moscovici (1961).

Teoría del "Significado y significante": De Saussure

Es posible entonces que a través de ese modelo básico, los seres humanos estructuren mensajes y den pie a la comunicación oral o escrita, con la **formación de un código** para manifestar sus inquietudes desde la semiología en la comunicación.

La lengua es un sistema de signos que expresan ideas, y por tanto comparable a la escritura, al alfabeto de los sordomudos, los ritos

simbólicos, a la forma de urbanidad, a las señas militares, etc. Solo que es el más importante de esos sistemas. Puede por tanto concebirse una ciencia que estudie la vida de los signos en el seno de la sociedad; formaría una parte de la psicología social, y, por consiguiente, de la psicología general; la denominaremos semiología (del griego, signos) (De Saussure, 1945: 16).

Ferdinand De Saussure hace dos clasificaciones importantes en su objeto de análisis con su teoría del significado y significante: El signo, el cual asegura que se compone por el significado y el significante, dos elementos que van implícitos en el proceso de comunicación.

Del significante, el autor señala que se relaciona con el objeto físico del que se hable y el significado con el concepto que puede estar relacionado con el lado sentimental o imaginario de la persona, de manera implícita éste llevará un mensaje que será diferente en todas las personas. El signo une la imagen con el concepto.

Desde el ámbito de la psicología social, hay un autor que se basó en la teoría de las representaciones sociales de Durkeim para proponer una nueva manera de comprender la manera en la que el ser humano construye el conocimiento a partir de las **interacciones sociales** con su entorno: Serge Moscovici.

Teoría de las "Representaciones sociales": Moscovici

A partir de su trabajo de tesis doctoral, Serge Moscovici inicia una nueva teoría acerca de las representaciones sociales, un proceso de cómo las personas interpretan y otorgan sentido a su vida de manera social y define a la representación social así:

Sistema de valores, nociones y prácticas que proporcionan a los individuos los **medios para orientarse** en el contexto social y material, para dominarlo... un corpus organizado de conocimientos y una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres se integran en un grupo o en una relación cotidiana de intercambios, liberan los poderes de la imaginación (Moscovici en Garrido y Álvaro, 2003: 403).

Lo importante en la teoría de las representaciones sociales es este denominado proceso de **comprensión de la realidad**, en la que un individuo vive, se orienta y la manera en la

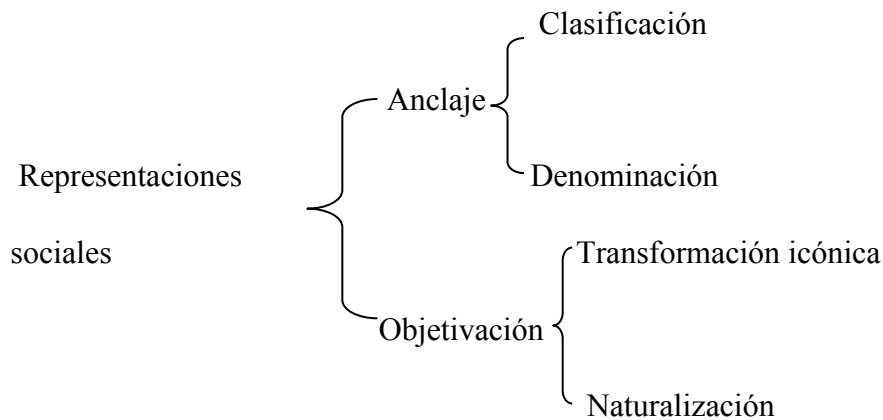
que lo comunica. En esa transformación que el sujeto realiza mentalmente, surge el interés de cómo se representan nuevamente:

Algunas nociones en esa transformación adquieren cuerpo, se materializan, otras se pierden, se eliminan o se niegan, y **otras adquieren una significación diferente de la original**. Lo importante no es en ningún caso la referencia original, el psicoanálisis, sino **su nueva funcionalidad social** (Moscovici en Garrido y Álvaro, 2003: 404).

La nueva funcionalidad que el individuo tiene hacia su entorno como las imágenes, opiniones, actitudes, constructos personales y otras relaciones sociales que le permitan entender y explicar a través del sentido común a los otros, es lo que particularmente importa: "Nuestras actitudes hacia las personas varían en función en cómo clasificamos y nombramos a través del lenguaje a dichas personas"(Garrido y Álvaro, 2003: 406).

Anclaje y objetivación son dos elementos que constituyen las representaciones sociales. El anclaje lo divide en **clasificación y denominación**; lo primero está directamente relacionado con la forma consciente en la que un objeto o palabra es involucrada a una categoría para que el sujeto se familiarice con ello y la denominación la manera en la que es llamada a través del lenguaje ese nuevo elemento.

Esquema 1. Conceptos de la teoría de las "Representaciones sociales": Moscovici.



Fuente: Elaboración de la autora a partir de los elementos de las representaciones sociales establecidas por Serge Moscovici en 1961. Moscovici en Garrido y Álvaro. *Psicología social, Perspectivas psicológicas y Sociológicas*.

La objetivación, autores como Garrido y Álvaro (2003) la señalan como el "proceso mediante el cual conceptos abstractos adquieren entidad como experiencias concretas, tangibles. Mediante este proceso, lo invisible se convierte en perceptible"(p.407). Hacen una división en la objetivación que denominan transformación icónica y naturalización. En el primero, se asocia una imagen con el concepto y en la naturalización, las imágenes se convierten en realidades palpables.

La dimensión social y simbólica del conocimiento ha sido estudiada por Moscovici desde la psicología social, lo que Ferdinand De Saussure hizo desde la comunicación al entender la unión del **significado y significante** para comprender la realidad; Moscovici lo denomina **transformación icónica y naturalización**.

Y si a este análisis se agrega la teoría de David Berlo, en donde menciona que el receptor y emisor se comunican a través de mensajes que son emitidos por canales diversos que el ser humano domina con la finalidad de compartir una necesidad, pero que los mensajes se ven determinados en la recepción por el factor cultural -los múltiples procesos sociales que cada individuo vive-, se comprenderá la razón por la cuál es importante

conocer desde los Estudios Culturales -diversas perspectivas que se conjuntan-, al receptor, para que se comunique eficazmente con su entorno.

Hablar de comunicación y de psicología social en teorías y definiciones es extenso, la comunicación siempre ha sido un objeto de estudio, que como todo evoluciona y se hace de una historia (Serrano, 2009). Desde el tradicional modelo de comunicación que Shannon y Weaver (1948) propusieron y del cual partieron muchos más, se han agregado y eliminado elementos que se consideran influyen en la emisión, flujo y recepción de los mensajes.

Los Estudios Culturales permiten hacer este tipo de análisis, con perspectivas de otras disciplinas, en este caso desde la comunicación pero también la psicología, para comprender cómo es que las personas pueden vivir un proceso de resignificación ante lo que ellos mismos han nombrado o asignado una percepción. Como hemos notado, a partir de que una persona emite o recibe un mensaje, está condicionado a rechazar, negociar o aceptar el mensaje; en cualquier etapa existe un proceso simbólico que le permite reaccionar.

Y es precisamente en los elementos que influyen en la emisión de los mensajes en donde nos centraremos en este momento ya que: "El comportamiento humano, a diferencia de los objetos físicos, no pueden entenderse sin referencia a los significados y propósitos que los actores humanos le proporcionan a sus actividades" (Guba y Lincoln, 2000:116).

Los autores antes mencionados, Ferdinand de Saussure (1955) y Serge Moscovici (1993), plantean desde diferentes disciplinas cómo es que el ser humano percibe su realidad, la estructura y la comparte, la teoría de Berlo claramente explica que existen ciertos factores que intervienen en el mensaje que da paso a las ideologías y conductas de las personas, mismas que se analizarán con la teoría de las mediaciones múltiples que varios autores como Orozco y Barbero proponen. Reflexionemos al respecto.

2.2. Mediadores sociales generan diferentes tipos de recepción en el mensaje

Los mensajes son los códigos que a través del cerebro se estructuran para manifestar una idea o sentimiento con los otros. Los medios de comunicación bien lo saben, ellos -en cualquiera de sus modalidades- son un claro ejemplo de los mediadores materiales en la sociedad. **Orozco (1997)** les asigna, además de la facultad de la difusión masiva, el poder:

(...) los medios de difusión modernos son mucho más que sólo medios. Son lenguajes, metáforas, dispositivos tecnológicos, **escenarios donde se genera, se gana, se pierde el poder**; son mediaciones y mediadores, lógicas, empresas mercantiles; sin instrumentos de control y moldeamiento social, y a la vez, son dinamizadores culturales y fuente de referentes cotidianos; son educadores, representantes de la realidad y son generadores de conocimiento, autoridad y legitimación política (Orozco, 1997:26).

Serrano (2007) asegura que las mediaciones sociales son útiles en cualquier situación de la vida y se plantean en diversas categorías como **operadores de las visiones de la realidad** y señala que es a través del mercado y de los medios de información que esta se distribuye: "La oferta mediadora está destinada sobre todo al consumo masivo y llega por los cauces masivos de distribución" (p.17).

Este autor destaca la acción, información y la organización social como tres escenarios relacionados y hasta intercambiables: "Los efectos de esas mediaciones pueden ser **materiales, cognitivos o institucionales**. Pero las mediaciones desvían, disminuyen, anulan o eliminan numerosas determinaciones que antaño constreñían la intervención de los agentes sociales" (Barbero, 2007:22).

Las mediaciones sociales incluyen información que, por lo general, se anticipa a los cambios. Pueden poner sobre aviso respecto a dinámicas no deseables y eventualmente contribuir a que se corrijan o eviten (Baca, 2007). Barbero (1986), por su parte, se refiere a las mediaciones como un **lugar desde donde se le confiere sentido a la comunicación**.

A parte del poder omnipresente mundialmente que tienen cualquiera de los medios, Orozco (1997) señala que, sin embargo, "los límites de los medios son sus audiencias"(p.

26), la importancia de éstas tienen dentro de los medios es fundamental, se resisten o reciben el mensaje.

Desde diferentes percepciones, la audiencia puede ser sinónimo de televidentes, radioescuchas, lectores, cibernautas; también puede ser sinónimo de *rating*, cifras, consumidores, sujetos sociales, históricos y culturales (Orozco, 1997), cualquiera que sea el sinónimo, **la audiencia siempre estará fragmentada**: "Desde una perspectiva simplemente humana, las audiencias somos todos, con nuestras resistencias y complacencias a consumir lo ofertado en los medios, con nuestras visiones y ambiciones de y hacia los medios"(p.27).

Dentro de los criterios de **segmentación** que Orozco (1997) propone está la **edad**, el **género**, el **lugar de residencia**, el **estrato socioeconómico**, el **nivel educativo**, las **preferencias programáticas** y situaciones concretas de recepción, la **etnia**, el **género**, las **identidades de la audiencia**, las **instituciones sociales** a las que pertenece, los **movimientos** y **organizaciones ciudadanas** en las que participa "son todos criterios posibles, e indicadores a su vez, de **distintos tipos de recepción**".

En las mediaciones, lo importante es destacar los procesos de recepción de los mensajes, mediados siempre por diferentes factores que permiten el **rechazo**, **la negociación** o **la apropiación** de los mismos. La manera en la que las mediaciones conforman e intervienen en los mensajes para conservar o transformar el significado es de gran interés en esta tesis.

2.3. Estudios Culturales: Una visión integradora

Como hemos observado, el modelo de comunicación presenta elementos que conforman el trayecto de un mensaje desde su emisión hasta su recepción los cuales resultan ser funcionales, sin embargo, los mediadores sociales, intervienen de forma trascendental para comprender el significado de un mensaje.

Estamos en un mundo en constante intercambio de mensajes, de subjetividades; somos seres distintos y por ende tenemos diferentes perspectivas, estamos en una constante

negociación. Es por ello que a través de los **Estudios Culturales (EC)** se ha desarrollado la investigación de la resignificación del posh, para conocer cuáles son los factores que han influido en las personas tsotsiles para cambiar ciertas significaciones con la bebida que solo en la zona Altos se produce.

Pero lo interesante no es solamente saber qué mediadores intervienen y por qué razón, sino también analizar su nueva funcionalidad social como lo menciona Moscovici. Por ello esta investigación, centrada en los factores que median la comunicación para que la audiencia se apropie, rechace o negocie un mensaje se realiza desde los EC. Conocer las perspectivas de los otros, nos permitirá abrir nuestro panorama, salir del área de confort en el que hemos crecido moral y humanamente para generar cambios en la percepción del mundo real.

Conocer el impacto que los procesos de la globalización ha tenido en los rincones de los municipios, especialmente en Chiapas; en donde las personas han definido nuevas formas de relacionarse, de negociar de sobrevivir, conocer la manera en la que la globalización se ha adentrado a sus hogares y sus costumbres, su manera de desarrollar la vida, de comunicarse entre ellos abrirá incluso, más canales de investigación.

El considerar que los individuos se desarrollan dentro de pequeñas subculturas al interior de una misma sociedad hace necesario recurrir a los Estudios Culturales, desde donde se puede construir una mirada transdisciplinaria donde se observa, conoce y analiza a a los demás seres humanos con los que convive **como iguales** o se permita conocer la perspectiva de vida que ellos tienen para **generar la empatía** que le proporcione los elementos de conocimiento a los demás. **Comprenderlos desde su contexto**, que incluye su cosmovisión e interpretación de la vida cotidiana, desde sus sentidos, desde sus formas de conocer y construir sus realidades sociales.

Los Estudios Culturales proponen, de esta manera, proponen trabajar con la perspectiva interdisciplinaria. A finales de los sesenta, por iniciativa de la UNESCO¹⁰ surge esta estrategia "la búsqueda de soluciones comunes a los problemas contemporáneos desde el punto de vista científico y tecnológico (visión política de la interdisciplinariedad)" (Peñuela, 2005:45). Ahí apenas se mostraba la necesidad de una nueva disciplina interdisciplinaria debido a que las actuales responden a ciertas problemáticas sociales, sin embargo, aún permanecen sus limitaciones.

Jameson (1998) propone que los EC se interpreten como un reflejo o expresión de una "alianza" proyectada entre grupos sociales, debido a que es a través de diferentes perspectivas que los EC planea **observar la realidad vivida de las personas y comprenderla**; es a través de una alianza social y de la eliminación de barreras psicológicas que se dan respuesta a casos reales.

Los Estudios Culturales son "<<sinónimo de lo políticamente correcto>> (que en este contexto puede identificarse como la política cultural de ciertos <<movimientos sociales nuevos>> como el antirracismo, el antisexismo, la antihomofobia, etc.)"(Jameson, 1998:1). Es por ello que a través de la integración de disciplinas se logrado avanzar en esta nueva plataforma de respuestas sociales.

Jameson (1998) asegura que los programas de comunicación, por lo reciente que suelen ser, son de los más cercanos a la interdisciplinariedad. "Sólo cuando se unifican los distintos focos de estudios de la comunicación desde una perspectiva específica comienza a surgir una luz sobre los Estudios Culturales y sobre sus relaciones con los programas de Comunicación" (p.6). En esta investigación, la **comunicación** es el camino principal en donde se agregan estrategias y métodos de las disciplinas **histórica, sociológica, psicológica, antropológica** que nutren la investigación armoniosamente. No se divide, al contrario, suman a su riqueza.

¹⁰*United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* (por sus siglas en inglés). Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (en español). Organismo perteneciente a la ONU (Organización de las Naciones Unidas).

Lo histórico se refleja en la investigación, ya que se lleva a cabo dentro de un lapso de tiempo de los sujetos y del objeto de estudio, de 1994 a la fecha. Además se analiza la conciencia formada a partir de la experiencia de su actuar, de la experiencia vivida y heredada; de igual manera se recapitula acerca de la historia que tiene la población tsotsil en los Altos, su historia, su fundación y más datos históricos.

Se observan y analizan las relaciones sociales, políticas, institucionales y la estructura en la que convergen las personas de la población de interés. Y con herramientas metodológicas de la antropología se da apertura a la información en donde se le permite al investigador involucrarse con sus sujetos de estudio y vivir las experiencias, comprenderlos y tener empatía con ellos.

Desde la perspectiva sociológica, se analizan la convivencia entre los habitantes, sus celebraciones, festejos, su forma de convivencia y estructura social familiar. La psicología aporta a Moscovici, el autor que aporta la teoría de las "Representaciones sociales" para comprender, en el análisis de resultados, cómo es que el ser humano tiene la habilidad de transformar su entorno al cambiar sus percepciones.

Por supuesto desde la comunicación, se analiza la problemática desde los Estudios Culturales y los Mediadores múltiples, además de echar mano de la teoría del "Significado y significante" de De Saussure. Conocer la manera en la que a través de la comunicación oral, de la palabra hablada, de la tradición oral y del método de la entrevista: historias, experiencias, narraciones, acontecimientos, sucesos y otros, se puede congelar el tiempo para que el conocimiento perdure a través de la memoria humana.

Saber indagar en la memoria es cuestión de determinar lo que se está buscando en ella. Es tan amplia y guarda tanto conocimiento que cualquiera se puede perder en el mundo de información que apertura. A continuación explico la función de la memoria como un soporte de vivencias.

2.4. La memoria como soporte de vivencias

"El pasado del presente es la memoria"
(San Agustín en Aróstegui, 2004:64).

Todas las personas tienen un pasado que en su momento fue presente. La familia, la sociedad, el país, el mundo ha recopilado la información en su memoria y la ha hecho presente a través de textos e imágenes varias como periódicos, fotografías, murales, pinturas rupestres, relatos de testigos de sucesos, narraciones, historias vividas y demás maneras de preservar los momentos.

De alguna manera, han buscado alguna forma de conservar la historia y reconstruirla a las nuevas o actuales generaciones. La memoria es un elemento de estudio importante en el ser humano porque **es a través de ella que se puede dar forma a todo lo que se tenga físicamente**, a través de la recuperación de detalles informativos y valiosos para reproducir las experiencias. La memoria es la esencia de las personas, gracias a ella se puede almacenar lo que ha sucedido en el pasado, **enmarca las fibras sutiles que le dan espesor a los sucesos**: "El pasado es la experiencia del fluir de la memoria; el presente lo es de la percepción y el futuro de la expectativa y el deseo" (Aróstegui, 2004:80).

Ubicada en el cerebro, la memoria humana, tiene la **virtud de fijar sentido explicativo a la experiencia**; su característica principal es que es **subjetiva**, los elementos que componen lo vivido son significativos de forma individual pero tienen perspectiva plural. El olvido es un elemento que la compone, si el hecho no es trascendental o de importancia para el individuo, su cerebro perturba o borra completamente ese espacio de la realidad almacenada.

Con diferentes técnicas se puede indagar en ella, en el cúmulo de información registrada ya que **contiene historia, recolecta hábitos, acumula experiencias, incluye narraciones, almacena rutinas, recopila momentos, retiene vida, contiene recuerdos y los envuelve de significado**.

Es por ello la importancia de la memoria en esta investigación, es a través de ella que las personas del municipio de Zinacantán almacenan las experiencias en torno a la bebida ancestral que sus antepasados han utilizado y que ellos han heredado para involucrarla en su diario vivir con diferentes fines, mismos que en la actualidad, en el 2014, tienen ciertos cambios que son trascendentales en el municipio.

Memoria e identidad

"Sin la memoria no existe posibilidad de experiencia"

(Aristóteles en Arióstegui, 2004: 156).

Durante dos años, tiempo aproximado en el que se ha desarrollado esta investigación, he intentado recopilar la memoria que los habitantes de la población de interés conservan, la experiencia que aún tienen y que les sirve de fundamento para continuar con sus prácticas cotidianas entorno al posh. Su desempeño como vínculo entre el pasado y el presente es fundamental.

La forma en la que la experiencia se forma en la memoria tiene relación con el significado, por ello requiere de buenos elementos para indagar y del apoyo de la interpretación inmediata: "Nuestro pasado es el futuro de otros (pasados) y nuestro presente es el pasado de otros (presentes)" (Arióstegui, 2004:84). Una de las maneras de llamar al presente, sugiere Said (2005) es también **sociedad**, **grupo** o **individuo**, pues son ellos quienes recrean con apoyo de la memoria su vida:

Como memoria se han de entender aquí todas las formas en las cuales un presente se refiere al pasado. En vez de decir "presente" podemos decir también "sociedad", "grupo" o "individuo", pues el que recuerda es siempre un sujeto colectivo o individual, y la reconstrucción de un pasado está siempre en estrecha relación con la autoimagen o la identidad del sujeto que recuerda y que necesita del pasado como una fuente que da sentido y orienta en los valores (Said, 2005: 56).

Precisamente es el presente de la sociedad de Zinacantán a la que se intenta aproximar al lector, en ella se recopila la experiencia vivida y se vincula al presente. La memoria, es

un referente en donde también se involucra el proceso de identidad, el posh, como parte de la identidad tsotsil- tseltal, es una bebida que las generaciones anteriores mantuvieron dentro de sus **procesos sociales cotidianos**, por años ha formado parte de la cosmovisión heredada a las actuales generaciones.

Esta bebida artesanal, les ha proporcionado identidad a los pobladores tsotsiles y tseltales en la zona Altos de la entidad chiapaneca, en el Estado, México y el mundo. Sus prácticas en torno a ello, la manera en la que significa las acciones de los pobladores, su relación estrecha con ella son factores identitarios.

Pero, es fácil hablar de identidad, comprender el concepto requiere más detalles para aclarar el panorama al lector. A continuación se ejemplifica para su mayor entendimiento.

Identidad, una cualidad múltiple

Es complicado afirmar que los individuos de un grupo social tengan una sola identidad como tal. Canclini (2004) cuestiona **identidad: ¿es camisa o es piel?**, dentro de una de sus lecturas. De forma análoga con el ejemplo anterior, él destaca que todos **los seres humanos somos seres con múltiples identidades**.

Estas construcciones sociales individuales tienen la facultad de ser **moldeables**, están **en constante cambio**, se transforman a través de lazos fuertes que construyen la experiencia humana. Así como un individuo cambia de zona geográfica, de rol o institución social, etc. es como también la identidad cambia, se modifica o adapta a un nuevo contexto.

Canclini (2004) ejemplifica su postura ante la identidad con camisas. Señala que de la misma manera en la que una persona cuenta con camisas en un clóset, es la cantidad de identidades que este pueda poseer. Esas camisas están ahí, dentro de su archivo personal por un motivo de significación y de diferentes mediadores instrumentales. Alguna razón tuvo cada una de las prendas para que el propietario del clóset se la haya apropiado.

Considero entonces que no se puede clasificar a los individuos con una sola identidad. Cada individuo se afilia, se incorpora, se inscribe al grupo que mejor le parezca y retoma de

ello las características que le acomoden. **No es piel** porque una persona no nace con la identidad. Esta se construye a través de sus vivencias y de lo que en ella signifiquen. El cerebro humano tiene la facultad de utilizar más de una identidad cuando lo desee:

En la medida en que la persona se percibe a sí misma como miembro de determinados grupos sociales, la categorización social es uno de los procesos básicos mediante los que se construye la identidad social. Esta tendencia a reforzar la identidad valiéndose de la acentuación de las diferencias con otros grupos es uno de los mecanismos que determinan las relaciones intergrupales (Tajfel en Garrido y Álvaro, 2003:392- 393).

Al ver la situación desde el lado matemático, podríamos decir que existen denominadores comunes dentro de los subgrupos culturales, al considerar que las personas se perciben dentro de un grupo social. Estos subgrupos, influenciados por la hibridación o sincretismo -como algunos prefieren llamar a la unión de dos creencias o doctrinas distintas-, les confieren identidad a los individuos porque contienen símbolos o mensajes le dan sentido a su existencia, son los elementos que componen su cultura.

Al cerrar este apartado nuevamente surge una pregunta más, ¿quién decide qué elemento es considerado como la identidad de un grupo? Muy bien, a continuación, desde el título se podrá comprender que la cultura del poder es quien asume esa "responsabilidad".

2.5. El poder y su relación con el folclor

Considero que es la cultura hegemónica o la cultura del poder, representado en las instituciones de gobierno culturales o sociales, quienes han establecido qué elementos deben permanecer intactos e inmovibles dentro de los diferentes grupos o segmentos sociales; incluso, los son los mismos quienes establecen que las culturas deben permanecer intactas y respetar sus tradiciones y culturas.

En el caso de Zinacantán existe un grupo de ancianos que son los que tienen mayor conocimiento de las tradiciones, "la información es poder", y conocer tanto de las

tradiciones les otorga un reconocimiento en la población y el ejercicio pleno del poder según su organización local.

Castells (2009) habla del poder como:

La capacidad relacional que permite a un actor social influir de forma asimétrica en las decisiones de otros actores sociales de modo que se favorezca la voluntad, intereses y los valores del actor que tiene el poder. El poder se ejerce mediante la coacción (o la posibilidad de ejercerla) y/o mediante la construcción de significado partiendo de los discursos a través de los cuales los actores sociales guían sus acciones (p. 33).

Lejos de ser un personaje (o institución) con la capacidad relacional dentro de la sociedad, se ha visto en el poder, esta facultad de dominación o de veracidad en el discurso, una condición para ejercer o imponer sus propios fines e intereses dentro de la cultura. Los líderes de las instituciones políticas descubrieron que la "cultura" vende y que es un buen negocio, por ello empezaron a comercializarla y dentro de las categorías establecidas como industria cultural y patrimonio cultural, destacó la palabra **folclor**, misma que establece a lo característico y autóctono de los pueblos indígenas.

Dentro del patrimonio cultural, Canclini (2009) señala que:

Incorporaron también algunos bienes populares bajo el nombre de '**folclor**', marca que señalaba tanto sus diferencias respecto del arte como la sutileza de lamirada culta, capaz de reconocer hasta en los objetos de los 'otros' el valor de lo genéricamente humano (pp. 150-151).

El folclor, entendido como el conjunto de creencias y costumbres tradicionales de un poblado, constituye aquello que para la mayoría de personas es importante, esto también está ligado con objetos que tienen relación intrínseca con los habitantes o historia de la localidad.

En su mayoría, la palabra folclor, agrupará lo más característico de un municipio o "cultura", lo que identifica a ese grupo de personas ante otras agrupaciones o sociedades “todo grupo que quiere diferenciarse y afirmar su identidad, hace uso táctico o hermético de

códigos de identificación fundamentales para la cohesión interna y para protegerse frente a los extraños” (Canclini, 2009: 154).

Thompson (1998) no utiliza el término folclor, pero sí hace referencia a las formas simbólicas a las que los individuos recurren para comprenderse a sí mismos a partir de los otros:

Al interpretar las formas simbólicas, los individuos las incorporan dentro de su propia comprensión de sí mismos y de los otros. Las utilizan como vehículo para reflejarse a sí mismos y a los otros, como base para reflexionar sobre sí mismos, sobre los otros y sobre el mundo al cual pertenecen (Thompson, 1998: 66).

Es entonces, a través de la reflexión del reflejo de sí mismos con los otros que pueden integrar la percepción de su propio mundo. Y es así como considero que la cultura del poder, a través del poder hegemónico, ha intervenido en las culturas "folclóricas", ese poder reconoce su validez y coloca marcas para que nadie pueda modificarlo y se mantengan bajo un cristal, para conservarlas y no se modifiquen ni alteren.

En caso de que ellos -quienes viven su cultura-, hagan las modificaciones, los mismos integrantes de su grupo social, podrán acuñarlo -y acusarlo-, de alterar el orden. Modificar algo de su reflejo con los demás es intolerable debido a que la hegemonía del poder lo ha establecido así: "Crear un uso nuevo para un objeto era actuar inapropiadamente" (Marks, 2005:69). Sin embargo, **el individuo construye, modifica, enriquece, transforma, vive su cultura y diariamente se apropia de ella.**

Al referirme a apropiación, explícitamente me refiero a que una persona asuma como suyo algo (psicológico, material o espiritual). Antes de decidirlo debió haberse identificado, reflejado o convencido de las razones por las cuales se apropió de ello. A continuación profundizaremos en el término y su relación con la cultura.

2.6. Apropiación de la cultura: Asimilar e incorporar

Uno de los aspectos importantes a destacar en este apartado acerca de la apropiación, es lo que Castells (2009) menciona, cuando habla del mensaje y la importancia del receptor en recibirlo: “El mensaje sólo es eficaz si el receptor está dispuesto a recibirlo” (p.22); por lo tanto, la disposición que los receptores tengan ante el mensaje influye para que puedan o no identificarse con él para apropiárselo.

Por su puesto, es a través de la comunicación oral, kinésica, simbólica, escrita, gestual y las diversas maneras en las que el ser humano tiene la facultad de comunicarse, que poco a poco las personas **las asumen como suyas, se las apropian** y lo interesante: **Las reproducen**. Ante ello, Thompson (1998), se refiere a la apropiación como:

Utilizaré el término «**apropiación**» para referirme a este proceso de **comprensión** y **autocomprensión**. Apropiarse de un mensaje consiste en tomar su contenido significativo y hacerlo propio. Consiste en **asimilar** el mensaje e **incorporarlo** a la propia vida, un proceso que algunas veces tiene lugar sin esfuerzo, y otras supone un esfuerzo consciente. Cuando nos apropiamos de un mensaje lo adaptamos a nuestras vidas y a los contextos en los que vivimos (p.66).

Considero que eso es lo que ha sucedido en Zinacantán, Chiapas, municipio pionero en la elaboración del posh de sabor. Las mujeres *Bolom ton* utilizan el posh blanco o transparente para sus actos sociales, religiosos, políticos, rituales y medicinales. Sin embargo han tomado el contenido significativo (instrumental) del posh: lo económico. Lo asumen como suyo cuando idean la receta del posh de sabor y lo reproducen con una finalidad, un mensaje que todas las integrantes del grupo *Bolom ton* comprenden porque el hecho de venderlo no significa que dejen de lado todas sus costumbres y usos con relación a la bebida.

Estas mujeres creativas, se han apropiado del posh a su manera, para cubrir ciertas necesidades de manera individual, han resignificado la bebida considerada por su cultura como sagrada en su municipio y en la Zona Altos de Chiapas por diferentes factores que en

cada una de ellas ha permeado. Pero eso no debe ser motivo de sorpresa, la vida avanza, las personas cambian, evolucionan, maduran, ¿por qué razón deben continuar con ciertas prácticas sin modificarlas?

Todos los seres humanos vivimos nuestra cultura, diariamente adaptamos nuestras necesidades a nuestra rutina. Entonces, ¿por qué el motivo de sorpresa cuando una grupo retoma ciertas actitudes "diferentes" a las establecidas? A continuación se habla acerca de la cultura y de lo constante que son los cambios en ella.

2.7. Cultura, siempre en movimiento

¿Qué es cultura? Diversas personas podrían definirla como en primera algo que se clasifica, después, todo aquello que se ve, se toca, que tiene color y lo que hace particulares a los seres humanos dentro de otras civilizaciones. De otra manera, Singer (1974) explica de una manera práctica: "La cultura consiste, pues, en los <<conceptos>> y <<modelos>> que la gente maneja para percibir e interpretar sus experiencias" (p.306).

Otra definición es clasificarla no solo en conceptos y modelos, sino también en un conjunto de "simbologías" o identidades: "La cultura siempre implica la concurrencia de diferentes definiciones, estilo, cosmovisiones e intereses en pugna...Lo interesante de una cultura es su relación con otras culturas y no sólo su interés en ellas y su grandeza" (Said, 2005: 52).

Una vez que conocimos la definición de los autores, colocaré mi definición, -misma que me formé después de los múltiples debates dentro del aula con los compañeros de la maestría- después de haber leído las concepciones de otros autores, en donde como bien dicen, "si Dios repartió algo correctamente en este mundo, es la razón, porque todo mundo cree tenerla".

La cultura, a mi criterio, es **todo aquello espiritual, ideológico y material** que rodea al individuo, se rige siempre por la temporalidad y le otorga un sentido a la existencia humana. No cuenta con un modelo específico como tal, debido a que está en constante movimiento y avanza según la especie humana. Clifford Geertz (1992) menciona que "la

cultura ha de ser por lo tanto, no una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de significaciones” (p.2), así que **lo interesante no es obtener una definición exacta, sino comprender que se deben analizar los procesos y las significaciones en ellos.**

Canclini (2009) señala que "el fin último de la cultura es convertirse en naturaleza. Ser natural como un don" (p. 154), cuando las culturas son naturales, no tienen estructuras qué seguir, o identidades qué romper de la experiencia que se tiene como sociedad o individuo.

El sentido de experiencia equivale siempre a un bagaje de representaciones mentales y de disposiciones organizadas por la memoria que expresan el intercambio entre el sujeto y el mundo exterior. Esas representaciones adquieren siempre un nuevo valor y significación cada vez que el hombre se encuentra en situaciones nuevas pero homologables¹¹ o análogas de alguna forma a otras anteriores (Aróstegui, 2004:153).

El movimiento es vida, y si las culturas están vivas, entonces están en movimiento, son naturales; por lo mismo, en el caso de los tsotsiles de Zinacantán, tienen denominadores comunes dentro de su forma de vivir, vestir y alimentarse, que al igual que otras culturas, destacan y son importantes conocer, pero no necesariamente deben permanecer y mucho menos deben ser intactas.

Las circunstancias y contextos cambian, Aróstegui (2004) lo menciona al señalar que las representaciones adquieren un nuevo valor, depende de las circunstancias que rodeen al individuo, en todas ellas sus acciones tendrán una razón de ser, por ende no existen reglamentos. Lo que sí existen son símbolos que otorgan una carga cognositiva a las acciones, figuras, palabras, señas, gestos y demás sistemas de comunicación con quienes compartimos el espacio de vivencia. A continuación, la explicación.

¹¹ Según la Real Academia Española, homologar, es poner en relación de igualdad dos cosas.

2.8. Proceso simbólico

En este mundo, los seres humanos nos diferenciamos con los seres animales por el uso de la razón. Todos somos seres vivientes, sin embargo, la razón marca la diferencia porque nos permite tener el control de las decisiones dentro de nuestro desarrollo personal además de la posible elección dentro del “libre albedrío”¹².

La razón da pie a decidir entre lo bueno, lo malo, lo sano, lo dañino y lo que consideramos sea productivo para cada persona. A la mayoría de personas les gusta estar bien, y de bien siempre optarán por lo mejor.

El hombre es un ser único en cuanto que solo él posee la capacidad de simbolizar, es decir, de atribuir significado, libre y arbitrariamente, a las cosas y a los acontecimientos, a los objetos y a los actos (Singer, 1974: 38).

Y es cuando las personas agregan un valor a las cosas que inician a simbolizar. El que un objeto, seña, símbolo, acto, olor, caricia, golpe, etc., tenga un significado, un valor agregado para una persona, es sinónimo de motivación, de productividad, de fe, de cosas positivas, rechazo o del interés que esté de por medio.

El símbolo reúne diversas características que le generan algún mensaje a la persona que lo observa o percibe. **Es a partir de compartir simbologías que se pueden compartir significados**, con ello le dan sentido a su existencia y a sus acciones dentro de su entorno.

Además, el proceso simbólico les permite identificarse con un grupo o más personas, esto debido a que están en una zona de confort en donde comprenden a su entorno y son comprendidos. Así ellos están estables, y en esa condición, podrán avanzar en su crecimiento como grupo como también de forma individual.

¹² Coloco libre albedrío entre comillas, porque también existe en mi mente -y no creo ser la única en pensarlo-, en que el libre albedrío es una palabra inexistente, debido a que siempre habrán limitantes y reglamentos que de sobrepasarlos, se convierten en acciones incorrectas socialmente. Entonces, a un ser humano le dan la opción de "elegir", siempre y cuando esté dentro del "libre albedrío" previamente establecido. Uno no se puede salir de las opciones marcadas en el "abanico de posibilidades" pero nos hacen creer que tenemos el derecho de elección.

Y es precisamente el posh, una bebida ancestral de la zona Altos de Chiapas que cuenta con muchas connotaciones simbólicas para los habitantes. Esta bebida elaborada por ellos de forma artesanal por medio del destilado, es involucrada en eventos religiosos, sociales, políticos, medicinales y rituales. La bebida es sinónimo de confianza, fe y comunicación dentro de las comunidades, conceptos que por medio de acciones y de la palabra hablada se comprenden.

2.9. Posh como elemento cultural en Zinacantán

Los indígenas de Chiapas, generalmente, tienen una característica especial: Son fuertemente unidos y solidarios, además, la mayoría de ellos, aún son fieles a sus creencias y a sus ideologías. En el caso de los indígenas de la zona Altos, son personas aguerridas, trabajadoras que tienen fuertes lazos de solidaridad entre ellos. La relación que las personas indígenas tsotsiles y tseltales en Chiapas tienen con la ideología de un Dios al que hay que entregarle una ofrenda, es compleja, en ellas muchas veces es entregado posh. La bebida que solo es realizada por manos tsotsiles y consumida por ellos, además de los tseltales.



Fotografía 13: Ritual de agradecimiento a San Miguel Arcángel, patrono del pueblo con posh. Huixtán, Chiapas; Septiembre, 2013.

El sacrificar algo, -principalmente animales- para recibir la bendición en la cosecha, o pedir a la deidad por la salud del pueblo, la salud familiar o de alguien en particular, pedirle a la madre naturaleza incluso que la tierra esté tierra fértil; solicitar el éxito o dar el

agradecimiento por alguna felicidad del corazón¹³ son símbolos de respeto que las personas tienen hacia una fuerza más potente que las que en la tierra existen.

Los rituales a la madre tierra, sin duda nos remiten a los tiempos prehispánicos, donde los hombres entregaban a sus Dioses diversas ofrendas tales como animales, toros, cerdos y pollos; productos, velas, pox, incienso, y hasta sacrificios humanos. Este tipo de rituales envuelven la relación compleja y mística del hombre con su medio ambiente (Silvano y López, 2012: 120).

El posh, con 40 grados aproximadamente de alcohol, es uno de los elementos que al ser ingerido por algunas personas (*hiloletik* o médico tradicional tsotsil -no les gusta usar la palabra "curandero"), logran una conexión y reconocimiento de un poder espiritual dentro de sí, que les permite la comunicación estrecha con su ser divino o supremo con el nombre que ellos lo reconozcan. Éste les permite conocer las enfermedades que la persona tenga y sugiere la mejor manera para recuperar su alma¹⁴.

Las personas tsotsiles reconocen, guardan respeto y le ofrecen ofrendas a la madre naturaleza que incluyen oraciones, rituales y posh. Touraine (1994) se refiere al ser humano como ese espacio en donde **vida y pensamiento, experiencia y ciencia se involucran**; de esta manera ha heredado la filosofía, la cosmovisión de una vida de reflejos y de respeto también a la naturaleza a la que considera su madre por ser la que abastece de alimentos y vivienda al ser humano.

La gente indígena reconoce que su espíritu, cuerpo y mente son elementos que los integran pero que ellos separan. La necesidad de cada una de ellas los hace acercarse al análisis y reconocen que **ellos no viven en la naturaleza, sino ella en el interior de ellos**. El alcohol sensibiliza tanto a las personas que se considera existe un momento en el que el ser humano es sólo alma y se desprende del cuerpo (el cual sólo le sirve de **templo**).

¹³ Se habla de la felicidad del corazón, como la máxima alegría del ser humano indígena. Su felicidad siempre va a ser referida al estado de su corazón, la pregunta que entre ellos se realizan siempre es: ¿cómo está tu corazón?

¹⁴ Las personas de los Altos cuidan mucho su alma, su cuerpo es importante, pero lo consideran un templo en donde radica su alma, la cual es sensible y es lo que más valoran. Cuando alguien se enferma, llaman a su espíritu para curarlo a través de rituales que el *hiloletik* médico tradicional realiza.

Con esa sensibilidad, las personas pueden establecer una comunicación espiritual para recibir indicaciones de los seres supremos que los rigen. El posh ha sido utilizado como un mediador en la comunicación porque según el contexto en el que se utilice es lo que representa y simboliza. En lo **religioso**, el posh representa un elemento que permite la **comunicación directa con sus supremos ideológicos**.

En lo **social**, el posh simboliza **un sello de acuerdos**. Si uno acepta el posh que le ofrecen mientras le piden un favor, está contestando positivamente a la propuesta sin necesidad de decir “acepto darte a mi hija, acepto el cargo, acepto hacer el favor¹⁵”. El posh es una bebida con mucho sentido y significado:

El significado de los objetos está en las acciones que llevan a cabo los seres humanos en relación con ellos. La experiencia humana es tal que el proceso de definir objetos es siempre cambiante y está sujeto a redificaciones, reubicaciones y realineaciones (Denzin, 2000:153).

La bebida involucra la historia de las personas del pueblo, su cosmovisión, sus momentos buenos como las etapas malas. La bebida condensa elementos que construyen identidad social, personal, comunitaria y regional; al mismo tiempo que la vida avanza, la bebida suma otras configuraciones.

Es por ello que a través de la perspectiva interdisciplinaria que permiten los EC se analizará desde lo psicológico, histórico, antropológico y la comunicación, cómo es que a través de los procesos sociales las costumbres o los procesos socioculturales se transforman poco a poco. Por mientras, a continuación se hablará de los usos del posh en las comunidades de la zona Altos, específicamente en Zínacantán.

¹⁵ Como si fuera parte de los elementos de la expresión corporal, en la zona Altos de Chiapas existen acciones en las que no son necesarias las “palabras” pero hay mensajes latentes, expresiones, significados y convenciones que son captados con facilidad.

Capítulo III: Metodología

"Comprender el sentido de las acciones humanas es, entonces, aparentemente uno de los empeños fundamentales de la investigación cualitativa"
(Denman y Haro, 2000: 39).

3.1. Enfoque metodológico

El enfoque que los **Estudios Culturales** tienen, es conocer la perspectiva de los “otros” y **darles voz desde su realidad**. Mi mirada es la que no sólo observa a la otredad, sino también se involucra para convivir, recoger, analizar e interpretar las evidencias que permitan conocer los elementos que cada persona retoma de su realidad para asignar un significado al posh, la bebida artesanal y con gran aporte simbólico a la vida de las personas de la zona Altos de Chiapas.

Investigación cualitativa

La memoria es el "archivo" del cual la información se debe recopilar, por lo mismo, a través de la **investigación cualitativa** y de sus herramientas es que he analizado e interpretado los resultados: "La memoria es un elemento esencial de lo que ahora se acostumbra a denominar como identidad, individual o colectiva, social o cultural" (Aceves, 1998: 228).

Comprenderé el proceso de transformación de la significación del posh, a través de la perspectiva antropológica, psicológica histórica y sociocultural con análisis desde la comunicación; a través de mi cercanía con las personas, mis actores sociales en este estudio, podré concebir de manera cercana su realidad para compartirla.

Interesa también estudiar los procesos de relación en Zinacantán, la manera en la que las personas han integrado a su cosmovisión un elemento tan significativo como el posh, en los aspectos sociales, políticos, religiosos, rituales y medicinales en donde todos, a manera de ofrenda, la comunicación se hace posible con más fluidez con el otro.

El proyecto se desarrolla con un enfoque cualitativo, "se centra especialmente en reconstruir los patrones simbólicos que se expresan no tanto objetiva sino intersubjetivamente, incidiendo más bien en las esferas del 'mundo de la vida'" (Denman y Haro, 2000: 29).

La riqueza de las relaciones sociales que se reivindican diariamente, fueron posibles con diversas herramientas de investigación como la **etnografía**, la **observación participante**, la **historia oral**, la **entrevista**, los **grupos focales** y algunas **encuestas**, estas últimas como un primer acercamiento al campo.

La información recopilada con la realidad vivida han sido interpretadas desde mi perspectiva con apoyo de un marco teórico que sustenta lo que se defiende acá: "Este proceso, como el de la interpretación debe ser concebido como una espiral, donde cada etapa se apoya y alimenta de las demás" (Denman y Haro, 2000: 46).

3.2. Técnicas de investigación

Según Stratuss y Corbin (Vasilachis de Gialdino y otros, 2006: 29) existen tres componentes indispensables en la investigación cualitativa "los **datos** -cuyas fuentes más comunes son, para ellos, la entrevista y la observación-; los **informes escritos o verbales**".

Es por ello que para conocer el proceso de transformación de la significación y sentido que el posh tiene en Zinacantán, municipio de la zona "Altos tsotsil- tseltal" en Chiapas, me lleva a aplicar las siguientes herramientas.

Etnografía de *Bolom ton*

Este estudio es de tipo etnográfico. Clifford Geertz (1992) explica que la etnografía va más allá de solo "ver las cosas desde el punto de vista del actor" (p.10), debido a que se entiende que se debe conocer la profundidad de las acciones en el contexto en el que se desarrolla a través de la observación, el autor detalla que aparte de la empatía con el sujeto, se requiere de la interpretación, de "una comprensión exacta de lo que significa –y de lo que no significa"(p.10).

El grupo de mujeres con el que he trabajado se llama *Bolom ton* y está compuesto por dieciocho artesanas posheras en Zinacantán -zona tsotsil-, que a manera de ingreso económico, ellas al posh blanco le colocan sabor con frutas de temporada para venderlo embotellado con etiquetas e indumentaria tradicional.

La mayoría de ellas sabe tejer en telar de cintura y bordar, o cualquiera de las dos actividades. Son mujeres, aproximadamente de 40 cuarenta a 45 años. En el grupo, una de ellas tiene 19 años, otra tiene 23 y una chica más tiene 29 años. Algunas son mamás con diversas responsabilidades como atender su hogar, al marido, cortar leña y múltiples actividades más. Las más jóvenes apoyan en su casa con actividades domésticas y dos de ellas van a la escuela "la escolaridad ha llegado a ser considerada como un proceso de credencialización que proporciona acceso a empleos, particularmente los de enseñanza" (Marks, 2005:86).

Es a través de mi acercamiento con la realidad que me he dado cuenta de lo que Clifford Geertz (1992) detalla como "establecer relaciones, seleccionar a los informantes, transcribir textos, establecer genealogías, trazar mapas del área, llevar un diario, etc." (p.3), en la etnografía para luego explicar su razón de ser con la interpretación.

Por lo mismo, durante mi trabajo de campo y de observación participante, elegí a mis sujetos claves. En la cooperativa *Bolom ton*, doña Juana Rosalinda Ruiz Solís, María Elena Gómez y María Flor López González, son tres de las principales fundadoras del grupo, las más constantes y dedicadas.

Sin embargo, no haré etnografía densa, misma que también es propuesta por Geertz "- la cual llega a una <<especulación elaborada>>- es una interpretación en profundidad, la cual va más allá de la simple descripción de los sucesos culturales" (Geertzen Martínez, 2012: 162). Esto es así, debido a que no centro la atención en los detalles que surgían en el trabajo de campo, sin embargo sí presté atención a las señales que consideré relevantes en cuanto al entorno, usos, significados y símbolos con relación al posh.

Observación participante

El ser mujer considero me ha facilitado el acceso a las casas de las personas que han participado en esta investigación¹⁶, principalmente a la de doña Rosy, existe una empatía y confianza para hablar de temas diversos con el grupo *Bolom ton*. Ellas son amables y simpáticas conmigo y me apoyaron desde el comienzo de este trabajo. En este caso, se observa que, tal como indica Aceves (1998) la "relación entre el entrevistador y el informante" (p.216), es estrecha y de mucha confianza.

Hago énfasis en ello debido a que la formación cultural entorno al género en Zinacantán, como en la mayoría de los municipios y comunidades de la zona Altos tsotsil tseltal en Chiapas, está caracterizada por el machismo. Los hombres podrían impedir la comunicación con tanta frecuencia con las integrantes del grupo *Bolom ton* si lo desearan. Situación que conmigo no sucedió y por lo cual estoy enteramente agradecida con todas las personas que me permitieron el acceso y otorgaron su confianza a mí y a la investigación¹⁷.

Rosas (2012) menciona que en la observación participante:

El investigador se involucra en los procesos y eventos que definen la realidad estudiada. Presupone la inmersión del investigador en la realidad y una gran medida de interacción con los actores sociales directos, que sirvan para crear un sentido comunitario y establecer el asunto a investigar (p.93).

¹⁶ La zona Altos de Chiapas tiene el machismo muy marcado, el ser mujer les ha dado libertad a ellas de hablar conmigo y debatir temas que de ser hombre, quizá no hubieran tocado.

¹⁷ En alguna ocasión durante mi labor de campo en Zinacantán, doña Rosy estaba preparando de comer cuando llegué a visitarla a su hogar. Nuestra entrevista se alargó pasadas las 2 de la tarde, en ese momento llegó del trabajo su esposo, don Epifanio Vázquez. Con la confianza que entre nosotras ya existía le dije que atendiera a su esposo -las mujeres saben que llegan hambrientos y que les deben servir el alimento en la mesa-, y que después nosotras podríamos continuar con nuestra plática. Su respuesta fue negativa, le dio instrucciones a su esposo de lo que había cocinado y le pidió amablemente que se sirviera de comer. Esa situación me tomó por sorpresa porque es una actitud poco común en las mujeres, principalmente porque con la mentalidad del machismo que ahí tienen con la que han sido formadas en donde nada es más importante que atender al esposo y a la familia. Sin embargo, doña Rosy es una mujer que trasciende en características a las demás mujeres del poblado: enérgica, guerrera, independiente, creativa y persigue sus metas constantemente además de ser muy noble. Su esposo ya se ha acostumbrado a esa actitud en la que ella en su etapa de independiente, siempre ella tenga a "gente" en su casa que también sirve de local y punto de reunión a la cooperativa *Bolom ton* que doña Rosy dirige.

Por su parte, Denzin (2000) señala que al elegir la observación participante como método, "se seleccionarán muestras más pequeñas, se reunirán documentos, se elegirán informantes y se llevarán a cabo entrevistas no estructuradas"(p.164). Referente al mismo tema, Ameigeiras (2006) destaca la riqueza de la observación participante "supone un tipo de propuestas en la cual intervienen distintas técnicas y métodos, vinculados tanto con formas de observación, modalidades, de interacción, como tipos de entrevistas"(p. 125).

En esta investigación la observación participante fue una herramienta utilizada, principalmente en los eventos religiosos, sociales y políticos en donde tuve la oportunidad de estar presente y al mismo tiempo convivir con ellas.

Asistí a más de una clausura escolar en donde el posh, la bebida de mi interés, fue bebida por todos (y por mí). También estuve presente el día de muertos, en donde después de comer pan dulce, tamal toro pinto (tamal con frijol negro) y tomar atole blanco, fui al panteón, acompañada de Walter (hijo de doña Rosy, mi informante clave), quien me invitó a conocer la tumba de su abuelo.

Ese día pude observar y platicar con algunas personas que estaban en el panteón el mismo día, acompañados de cervezas, música en vivo o a través de sus celulares. Juntos nos resguardamos de la lluvia que desde muy temprano se dejó caer. Una que otra fiesta familiar e informal a la que fui invitada me permitió conocer, observar, convivir y estar de cerca con muchas personas que me permitieron conocer más que los lazos que estrechamente tienen con el posh, así como la sinceridad, el compromiso y la solidaridad que caracteriza a las personas de Zinacantán.

Diario de campo

A manera de registro, el diario de campo "es un recurso que permite explicitar por escrito cierto tipo de observaciones a la vez que da visibilidad a emociones, como sentimientos que se despliegan y transforman en el curso de la investigación" (Ameigeiras, 2006: 136).

Por lo mismo, fue un apoyo importante para mí el diario de campo, ya que en él organizaba las actividades que de manera rápida escribía según observaba en mi camino.

Debido a que es mucha la información que se escucha o percibe, en ocasiones confiar en la retención mental no ayuda. Por ello, al colocar la información en el diario, de alguna manera permite recordar los detalles a profundidad e integrarlos al trabajo de investigación.

"Los registros no sólo comprenden las notas de campo en sus distintas formas, sino también grabaciones, fotografías, material audiovisual en general, que pueden constituirse en un insumo clave para la investigación" (Ameigeiras, 2006: 130), por lo mismo, en cada viaje a Zinacantán procuré también, aparte de una libreta y dos o tres lapiceros conmigo; tener pila llena en la grabadora reportera, teléfono celular y cámara fotográfica.

Cuento con un amplio registro fotográfico del posh, de Zinacantán, de las personas que realizan la bebida en las destilerías, de las mujeres *Bolom ton* y muchas más que gracias a las visitas y a la confianza, misma que no me canso de agradecer, pude obtener.

Encuestas

Aunque este es un estudio de tipo **cuantitativo**, en un primer momento del trabajo de campo, se realizó una encuesta (instrumento de tipo cualitativo) a diferentes personas de la cabecera municipal de Zinacantán. Yo misma me encargué de realizarlas, fueron de carácter específico entorno al posh, utilidades, cosmovisión y demás. Fue una conocida como **encuesta evaluativa** o de **monitoreo**, ya que con el enfoque explorativo, se tuvo un acercamiento al objeto de investigación: El posh.

El propósito de estas encuestas es tener un primer acercamiento al fenómeno o tema estudiado. Sirven para identificar las características generales o dimensiones del problema, así como para establecer hipótesis y alternativas de trabajo. Frecuentemente, las sesiones de grupo o grupos de discusión cumplen esta función preliminar al levantamiento de una encuesta (López, 1998: 38).

En la encuesta se realizaron preguntas abiertas, las respuestas obtenidas permiten categorizar la dimensión del objeto de estudio. Las encuestas fueron realizadas durante un día completo en la cabecera municipal de Zinacantán. Todas fueron abordadas por mi

persona, después de explicarles el motivo de la encuesta, les otorgaba una pluma y una encuesta.

El estudio principal en ella eran los consumidores o usuarios del posh, además de conocer a la población, integrantes de grupos, en donde me interesé por recabar sus opiniones, hábitos, usos y costumbres (López, 1998). Se aplicaron alrededor de 30 encuestas. En ellas se les preguntó lo básico acerca del objeto de estudio: ¿para qué lo usas?, ¿cuántos litros tienes en casa?, ¿para qué lo tienes, con qué finalidad?, ¿conoces el posh de sabor?, ¿qué opinas de él?, a todas las personas (hombres, mujeres y adolescentes) se les preguntó lo mismo.

Al tiempo de solicitarles el favor de responder una encuesta, ellos me decían si tenían prisa y podían, o no, ayudarme. Los que lo hacían, sin problema contestaron. Con las personas encuetadas siempre me dirigí con respeto y en español. Ellas, si tenían la intensión de cooperar y responder también lo hacían en el mismo idioma. Debido a que no hablo tsotsil, no me acerqué a las personas mayores que sólo hablan ese idioma, preferí dirigirme con jóvenes y personas al rededor de 35 años que sabía sí hablaban español y que también podrían escribir las respuestas a mis preguntas.

Visité a las personas que estaban en las salas de espera del hospital IMSS y Seguro Popular, a algunas enfermeras, personas de la calle que estaban sentadas o que no se notaban con prisa, comerciantes, personas que laboran en el ayuntamiento municipal, choferes del transporte público, además de personas que asisten a cursos y dan clases o pertenecen a la plantilla laboral de la casa de la cultura.

Sé que las personas en Zinacantán siempre están ocupadas, alguna labor doméstica, o laboral siempre tienen, por lo mismo me dirigí a realizar las encuestas a lugares en el que sabía que habían personas que no tenían prisa y que al menos estaban sentadas o tenían alguna manera cómoda de responder las encuestas.

Destaco que en las preguntas, el objetivo era conocer las respuestas acerca de los **procesos sociales** que tienen en relación con el posh, lo que la bebida significa, si

consideran que algunas personas han cambiado de percepción hacia la bebida y cuáles consideran son los factores que influyen entre otras.

Las encuestas fueron realizadas específicamente para aproximarme al tema de mi interés, fue un ejercicio de "buceo" en el mar de información que el tema del posh tiene en Zinacantán. La información que me fue proporcionada de las encuestas facilitó el diseño de las entrevistas, elemento cualitativo metodológico, que me permitió cumplir con los objetivos de investigación.

Otra herramienta a la que recurrí fue a los grupos de enfoque, una vez que obtuve información de las encuestas realizadas, tenía conmigo palabras clave que en las entrevistas en grupo podría exponer para así conocer la perspectiva de las personas que participaban en ellos. Analizar la manera en la que las demás personas asumían las respuestas era también de mi interés, mi inquietud por conocer qué qué más podían aportarme al respecto crecía continuamente. Por ello, a continuación detallo esta técnica utilizada.

Grupos de enfoque (*focus group*)

Esta técnica también se conoce como grupos focales, reuniones con informantes, entrevistas grupales, sesión de grupo y grupos de discusión: "El nombre *grupo de discusión* es acuñado por esa sociología española, el nombre que le dan los sociólogos que la desarrollan en Estados Unidos es *focus group* o grupos de enfoque" (Russi, 1998: 76)

Russi (1998) recalca que es una técnica en donde "cada moderador puede adecuarse a un estilo"(p.76), según las circunstancias, cada investigador se puede apropiar de la técnica; ejemplifica que en Europa, el moderador interviene sólo para lo indispensable, no participa continuamente; por el contrario en Estados Unidos, en donde el moderador coordina toda la sesión y exige que los participantes de manera aislada y sin apertura al diálogo con los demás participe siempre de manera individual.

En la investigación realicé dos grupos focales, en ambos participé como moderadora al **estilo europeo**, intervenía únicamente para hacer una que otra pregunta mientras mis

sujetos de estudio desarrollaban sus ideas y las debatían entre ellos. Con apoyo de una grabadora reportera y el diario de campo es que la información conservo.

Hay que colocarse en una posición estratégica, en forma de encuentro, no de búsqueda. Así, el grupo es una fábrica de discursos que hacen uno solo, el del mismo grupo. Este discurso se produce a través de discursos individuales que *chocan* y se escuchan, y a su vez son usados por los mismos participantes en forma cruzada, contrastada y enfrentada (Russi, 1998: 81).

Luego del ejercicio exploratorio previamente expuesto, se diseñó un guión de entrevista que permitiera proporcionar las palabras clave y elementos importantes a buscar en el uso del posh dentro de los procesos sociales de la población de interés. Se centró la investigación en el grupo *Bolom ton* y se constituyó el grupo focal con algunas de sus integrantes. Por mi parte, tenía ciertas preguntas enlistadas en mi diario, pero al mismo tiempo, mientras los escuchaba, surgían preguntas que era únicamente cuando intervenía.

El primer *focus group* estuvo constituido por cuatro mujeres integrantes del grupo *Bolom ton* de Zinacantán; el escenario que elegí para reunir las fue la casa de una de ellas, para que se sintieran cómodas en un espacio en el que veces anteriores se han reunido para tejer o preparar el posh de sabor.



Fotografía 14: Grupo focal con integrantes de la cooperativa *Bolom ton*. Zinacantán, Chiapas; Noviembre, 2013.

Previamente, realicé un artículo acerca de las artesanías que ellas realizan en Zinacantán como el textil y bordado en prendas de vestir que salió publicado en la *Inn*

Magazine del mes de Agosto 2013; les pedí que me apoyaran cinco para responder algunas preguntas en torno al posh y aceptaron verme en la casa de doña Rosy.

Estando ahí les entregué una revista a cada una, la situación fue mucho más relajada, después de hablar del artículo en donde algunas fotos de ellas salen publicadas, empezamos con la primer pregunta, y después la discusión se desencadenó. Fueron alrededor de 40 minutos de grabación; algunas tenían que irse para preparar la comida que debe empezar a hacerse a la 1 de la tarde, a más tardar. ¿Qué es el posh?, ¿De qué manera utilizan la bebida en sus hogares?, ¿Qué significa ser sagrado en Zinacantán? y otras más son las que surgieron y en donde todas complementaban los detalles de la información que alguna mencionaba.

El segundo grupo estuvo constituido por diferentes personas que trabajan en la presidencia municipal y que son originarios de Zinacantán. Por cuestión de privacidad no tomé fotografías. Mi cercanía con Walter Vázquez, el hijo de doña Rosy, mi informante clave, me permitió que él, como trabajador de la presidencia, me ayudara a contactar a las personas que gustosas apoyaron.

Walter fue el que contactó a las personas del segundo grupo focal, en primera porque son compañeros suyos del trabajo y él sabía quiénes podrían acceder sin cuestionar detalladamente mi labor de investigación.

Sin más, un día martes viajé a Zinacantán y ellos me esperaban a las afueras de la presidencia municipal, buscamos una jardinera y a manera de círculo en donde todos nos veíamos de frente les expliqué los motivos por los cuales era importante su participación y accedieron a proporcionarme la información que cada uno conocía referente al posh.

Fueron cuatro los entrevistados, Mariano Raymundo Hernández Hernández de 22 años, Pedro Antonio Pérez Vázquez de 27 años, y dos jóvenes más de los que guardaré sus nombres por privacidad, uno de 23 años, y otro de 29 años; todos hombres originarios de la cabecera municipal de Zinacantán. Alrededor de una hora estuvimos sentados en donde tampoco intervenía, con excepción a las ocasiones en las que me surgían dudas respecto a los temas que se abordaban.

Ubicada de manera central coloqué la grabadora, los primeros cinco minutos con algo de pena respondían, pero una vez que tomaron confianza por la presencia de la grabadora, los temas se dieron ignorándola de la escena. El trabajo y discusión de este grupo duró aproximadamente una hora; por los cristales se asomaban los demás trabajadores de la presidencia que, curiosos, nos observaban.

Para ambos grupos focales, me apoyé de Walter Vázquez porque dentro del tsotsil existen algunas variantes. Las personas de la cabecera y las de las comunidades tienen algunas palabras que cambian y se entienden según los contextos de las frases. Él es una persona que habla español y tsotsil; lo considero un intérprete de confianza, además de que es originario de Zinacantán y comprende las múltiples variantes dialectales de la región; no fue necesario su apoyo debido a que los participantes hablaban español a la perfección.

Walter fue una persona indispensable en este trabajo de investigación. Es un joven de 23 años, egresado de la Ingeniería Electrónica en Computación, estudió en una universidad privada en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez y actualmente, trabaja en el Ayuntamiento Municipal de Zinacantán.

Con él entablé una buena comunicación desde el momento en el que me permitió convivir con su familia. Actualmente seguimos en comunicación y tenemos como temas principales: la música, películas, la vida diaria y demás, incluso hasta por el whatsapp.

Historia oral

La elaboración de esta tesis me permite postularme como una investigadora de la historia oral, "la necesidad de saber y de preguntar sobre lo vivido, al que lo vio y lo sintió más de cerca; de tener la fuente más directa y de conocer esas partes oscuras que ni los documentos ni las estadísticas permiten dilucidar"(Garay,1994:11).

La confianza fue uno de los primeros vínculos que se estableció desde las primeras visitas al grupo; por ello, las conversaciones, entrevistas, narraciones y demás información que ellas compartieron conmigo estoy segura fue con total sinceridad. No hubo guiones, sólo el hilo de la conversación llevaba a más preguntas que sin problema todas respondían.

Collado (2006) destaca que la historia oral es "una metodología utilizada para preservar el conocimiento de los eventos históricos tal como fueron percibidos por los participantes" (p.13); en las pláticas que luego se convertían en entrevistas, siempre se hablaron desde temas personales, familiares, sociales vinculados o no al posh; que siempre orientaron algún vínculo con la cosmovisión hacia la bebida.

"La entrevista, busca y construye el testimonio de actores u observadores directos de ciertos aspectos del acontecer que son considerados importantes por el científico social" (Garay, 1994: 15), es por ello que a través de la entrevista las integrantes del grupo *Bolom ton* compartieron conmigo la manera en la que viven sus tradiciones, la forma en la que desarrollan su día a día, la manera en la que sus abuelos, amigos, familia utiliza el posh y demás.

Entrevista

Esta herramienta de recopilación informativa es muy valiosa. Desde mi perfil como comunicóloga, es mi herramienta básica y preferida, es uno de los géneros periodísticos elementales porque le da peso, validez y seguridad al lector de que la información es verídica porque la fuente (sujeto, figura pública, dependencia, institución, etc.) lo asegura.

En lo particular me agrada escuchar a las personas, sobre todo a aquellas que siempre están dispuestas a narrar su vida en fragmentadas horas. Ya sea a través de una entrevista sencilla o de semblanza, que siempre son a profundidad y con lujo de detalles. Siempre que tengo la oportunidad de entrevistar a alguien me comparte la manera en la que ve, vive y ha disfrutado la vida.

Desde la perspectiva histórica, la entrevista en la historia oral cuenta con la riqueza de la fuente, debido a que la persona aportará información desde su ángulo o perspectiva una "misma realidad". Garay (1994) señala que la entrevista "demanda el testimonio del actor, del que vivió desde diversos ángulos los procesos; requiere de su memoria y percepción sobre determinados eventos pasados" (p. 15).

Efectivamente, el trabajo de investigación que está en sus manos, tiene la perspectiva del posh de mujeres originarias de Zinacantán que han crecido con la bebida involucrada en diferentes roles, sin embargo, existen algunos factores que se han involucrado para que cada una lo perciba y resignifique de manera diferente.

Historia oral temática

Aceves (1998) se refiere a la historia oral como "un método de investigación que conjunta actitudes, principios y técnicas específicas de indagación" (p.209); él asume que **historia oral, historias de vida y enfoque biográfico** puedan ser términos intercambiables "lo relevante es la perspectiva analítica y la problematización del asunto de investigación y no tanto la evidencia o fuente histórica"(p.211).

En esta investigación es importante señalar que Aceves (1998) hace énfasis en la historia oral temática, y aclara que esto se refiere a proyectos "que tienen como propósito central el conocimiento de un problema o tema de investigación, y que se constituye como el objeto del conocimiento"(p.211).

Cabe señalar que la historia oral temática utilizada acá fue directamente marcada por los cuestionamientos referente al posh y a su entorno, la manera en la que de manera social significa, la carga simbólica en asuntos religiosos, políticos, rituales y la manera en la que medicinalmente es utilizado por ellos y por sus generaciones más cercanas.

La historia oral tiene la facultad de tener dos tipos de evidencias, la primera es la **fuentes oral** de la persona entrevistada, un audio que permita conservar y transcribir la información recolectada. Pero también está la facultad de recurrir a los **archivos escritos** sobre el tema de interés: "La fuente oral es sólo una cara más del conjunto de acervos de información" (Aceves, 1998: 225).

Historia escrita

Aróstegui (2004) desmiente la idea positivista de que "la única fuente de la historia era el documento, el escrito y archivado" (p. 34), debido a que en el apartado anterior se explicó

la importancia de la entrevista como fuente indispensable para recrear historias, y por supuesto, es a través de las entrevistas o historia oral que se llevan a cabo los escritos o material bibliográfico que permiten que ambas técnicas se complementen.

El historiador siempre ha preferido tratar con el documento -la fuente escrita-, como algo concreto sobre el cual constatar y ejercitar sus sentidos, volver a leer, tocar, oler, hojear minuciosamente y quizá apreciar. El documento escrito ha sido y es el vehículo privilegiado de construcción de la historia-la fijación de la memoria social- y del olvido- con sustracción intencional o no, de la memoria colectiva e individual (Aceves, 1998: 229).

Ante ello, es que esta investigación acude a la historia oral y escrita como dos fuentes que fortalecen el trabajo. Por ello se revisan aquí diversas fuentes de información, tales como tesis de licenciatura, maestría y libros que contienen información desde diferentes perspectivas y disciplinas acerca del posh como la antropología y la sociología que han sido consultadas.

3.3. Actores sociales

Las personas que participaron en el primer grupos focal son Pascuala de 19 años, Juana de 33 años, Juana López de 39 años, María Flor de 43 años y María Elena de 19 años. Todas son originarias de Zinacantán, son de diversas edades y viven en diferentes contextos, algunas estudian, otras viven con sus maridos, otras están separadas y algunas aún viven con su mamá. Pero todas coincidieron en la información recabada con el posh.

El segundo grupo estuvo integrado por cuatro jóvenes; Mariano Raymundo Hernández Hernández de 22 años, Pedro Antonio Pérez Vázquez de 27 años, y dos jóvenes más que pidieron omitir sus nombres, uno de 23 años, y otro de 29 años.

Mi relación con mis actores sociales es estrecha, principalmente con Juana Rosalinda Ruiz Solís, ubicada a lo largo de la redacción de esta investigación como "doña Rosy". Ella coordina al grupo *Bolom ton* -sé que su nombre completo no le agrada, por ello omite Juana, pero coloco su nombre de pila para reconocer su apoyo y solidaridad con mi persona.

Una de las acciones que he procurado hacer cuando las visito es comprar cuando menos una botella de posh cuando viajo. Sé que eso también me ha acercado a doña Rosy, la cual de por sí es muy simpática, y con la que ahora existe un lazo de comunicación muy estrecho.

El aportar un poco de dinero en mis viajes, hace que doña Rosy no crea que su tiempo está mal gastado con las múltiples cosas que ella siempre realiza, cuando me proporciona de dos a tres horas, o más. Aparte de ser la coordinadora del grupo, es mamá de tres adolescentes, abuela de un pequeño de nombre Fabián de tres años y esposa de don Epifanio Vázquez Cruz, maestro de educación primaria en la cabecera municipal.

En dos ocasiones, después de hacer labor de campo, me ha invitado a comer a su mesa en compañía de su familia, lo cual a mi parecer es algo muy íntimo. He probado guisos que no imaginé saborear y me han caído de maravilla después de andar bajo el sol de un lado para otro y tener mucha hambre. Siempre, cuando menos un vaso con agua, una copa de posh, un tamal, fruta, pan o algo me ofrece para comer.

Mis informantes claves, de las dieciocho mujeres de *Bolom ton* son María Elena Gómez, María Flor López González y Juana Rosalinda “Rosy” Díaz Solís en su contexto, con ellas la comunicación es en español. Las demás integrantes del grupo me comprenden en español y a veces me responden, pero cuando no comprenden alguna palabra o no saben cómo decirla en español se dirigen a ellas en tsotsil y ellas le aclaran la duda para luego ambas decírmelo a mí.

María Elena y María Flor son originarias de Zinacantán, doña Rosy es de San Andrés Larráinzar, zona tsotsil también, pero hace más de treinta años vive en Zinacantán porque de ahí es originario su esposo, don Epifanio Vázquez. Es importante conocer la historia oral que ellas, María Elena, María Flor y doña Rosy puedan compartir para conocer la concepción que tienen acerca del posh, su contexto social y su cercanía con la bebida; los motivos que las involucró en el proyecto *Bolom ton*.

Doña Rosy es importante en esta investigación, así que con entrevistas a profundidad se obtuvo gran información referente a la destilación y elaboración del posh. Sus abuelos destilaban posh, y ahora es ella una de las pioneras en construir la receta para adicionar sabor. Su percepción de lo sagrado aparentemente ha cambiado. Conocer su formación y el modo con el que crecieron con la bebida, lo que piensan de la sacralidad, de su conexión espiritual, sus resultados como medicina, su participación dentro de los rituales y ofrendas y lo que socialmente este significa.

3.4. Temporalidad de la investigación

El trabajo de campo de este estudio se realizó durante el periodo de **agosto de 2012 a marzo de 2014**, aproximadamente dos años. La información histórica se inició a recopilar a principios de agosto del 2012. En las primeras visitas a la población de estudio se realizó un acercamiento piloto y, posteriormente, se realizó un trabajo más detallado y con instrumentos cualitativos.

El trabajo piloto, el acercamiento a Zinacantán se dio en las mismas fechas para conocer poco más de las estructuras sociales y económicas en el municipio y poder tener el acercamiento a la población y al objeto de estudio: El posh.

En marzo del 2014 realicé una movilidad académica en la Universidad de Guanajuato, Campus Valenciana y Campus Celaya-Salvatierra, por lo mismo, al finalizar mi estancia en dicha institución, regresé a la comunidad de estudio y obtuve detalles, aclaré dudas, realicé otra fase de obtención de material visual, me cercioré de fechas, nombres y demás detalles con la intención de enriquecer el contenido de este estudio.

La información obtenida, durante diferentes momentos, permitió la construcción del capítulo que se presenta a continuación, de esta manera el lector podrá construir su propia perspectiva acerca de esa realidad con la investigación cualitativa de tipo etnográfica que se presenta.

Capítulo IV: Etnografía del municipio de estudio

Zinacantán es un municipio lleno de color, desde sus campos verdes y sus invernaderos llenos de flores. La colorida indumentaria de las personas, hasta el carisma de la población que siempre es amable y sencilla. A continuación, intentaré aproximar al lector a orientarse y ubicarse en el municipio de estudio ubicado en la región V "Altos tsotsil tseltal" de Chiapas.

Zinacantán es un lugar místico. Fue construido en un valle formado por montañas sagradas, donde descansan los *totil me'iletik*¹⁸ o padres-madres, dioses ancestrales protectores del *chanul* de los zinacantecos, animal con quien comparten el alma. Ahí también viven los *yajval balamil*, seres capaces de comprar, vender y perdonar el espíritu de los *kristianos*. (Rincón, 2007:12)

4.1. Regiones socioeconómicas de Chiapas

Fue en el mes de mayo del 2011 cuando se agregaron tres regiones socioeconómicas a las doce existentes en Chiapas. Actualmente son quince en la entidad y según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), desde el 2012 así quedaron conformadas:

Tabla 2: XV Regiones socioeconómicas en Chiapas.

Región I "Metropolitana"	Región II "Valles Zoque"	Región III "Mezcalapa"
Región IV "De los Llanos"	Región V "Altos tsotsil-tseltal"	Región VI "Frailesca"
Región VII "De los Bosques"	Región VIII "Norte"	Región IX "Istmo Costa"
Región X "Soconusco"	Región XI "Sierra Mariscal"	Región XII "Selva Lacandona"
Región XIII "Maya"	Región XIV "Tulijá Tseltal Chol"	Región XV "Meseta Comitica Tojolabal"

Fuente: Elaboración de la autora a partir de información obtenida de CEIEG 2012.

Al respecto, la CEIEG en el 2012, señala que:

Derivado del Decreto no. 210 publicado en el Periódico Oficial no. 229, de fecha 11 de mayo de 2011, por el que se reforman y adicionan diversas

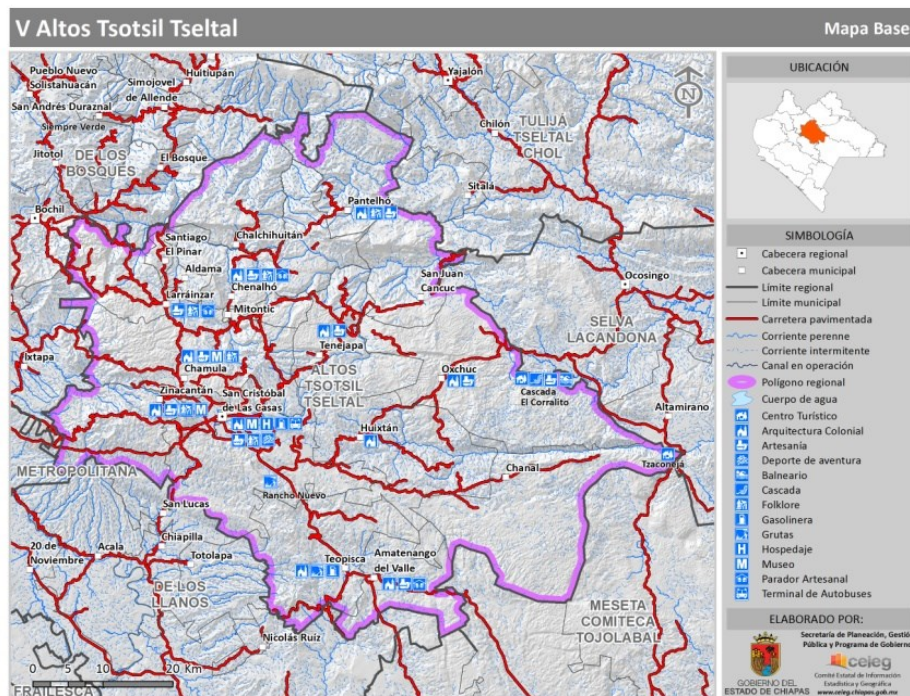
¹⁸ Rincón (2007) caracteriza a los *totilmeiletik* como personas con muchas funciones, "algunas como otorgadores de sustento y de recompensas; otras como castigadores, su acción está relacionada de forma sobrenatural con los zinacantecos vivientes a través de los conceptos: *chulel* y *chanul* (p.159).

disposiciones de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Chiapas, se modificó la conformación de las regiones económicas de Chiapas: XII Selva Lacandona, XIII Maya y XV Meseta Comiteca Tojolabal, con la finalidad de continuar mejorando las demandas sociales (Comité Estatal de Información Estadística y Geográfica, CEIEG de Chiapas).

Esta división incluye la inclusión de cuatro nuevos municipios, existentes en territorio desde siempre, pero ahora como municipio independiente: El Parral, Emiliano Zapata, Belisario Domínguez y Mezcalapa.

Hay que señalar que de las quince regiones socioeconómicas del estado chiapaneco, esta tesis centra su interés en la región V conocida como "Altos tsotsil- tseltal" integrada por los municipios de Aldama, Amatenango del Valle, Chalchihuitán, Chamula, Chanal, Chenalhó, Huixtán, Larráinzar, Mitontic, Oxchuc, Pantelhó, San Cristóbal de Las Casas, San Juan Cancuc, Santiago el Pinar, Tenejapa, Teopisca y **Zinacantán** (CEIEG, 2012).

Mapa 1: Municipios de la zona V "Altos tsotsil tseltal" de Chiapas.



Fuente: Comité Estatal de Información Estadística y Geográfica (CEIEG) de Chiapas, Mayo 2013.

Zinacantán es el municipio en donde esta investigación se desarrolla, se ubica a 15 minutos de la cabecera regional: La colonial ciudad de San Cristóbal de Las Casas, conocida también como “la capital cultural de Chiapas”.

Región V “Altos tsotsil -tseltal”

Antes, era sólo conocida como la zona "Altos" de Chiapas, ahora se le ha agregado el nombre de las lenguas que predominan en esa región que son el tsotsil y el tseltal, consideradas las más importantes del estado por tener mayor cantidad de hablantes.

Tabla 3: Principales lenguas indígenas en Chiapas.

Chiapas. Principales lenguas indígenas. 2010	Abs	%
Total	1,209,057	100
Tzeltal (Tseltal)	461,236	38.15
Tzotzil (Tsotsil)	417,462	34.53
Chol (Ch'ol)	191,947	15.88
Zoque	53,839	4.45
Tojolabal	53,607	4.43
Mame (Mam)	8,241	0.68
Kanjobal (Q'anjob'al)	6,450	0.53
Chuj	2,300	0.19
Aguacateco (Awakateko)	1,955	0.16
Zapoteco	1,923	0.16
Maya	1,207	0.10
Resto de las Lenguas	2,676	0.22
No especificada	6,214	0.51

Fuente: INEGI. Censo de población y vivienda 2010

Población

Fuente: Comité Estatal de Información Estadística y Geográfica (CEIEG) de Chiapas, Mayo 2013.

Hasta el año 2010, el INEGI registró en su padrón a 461 236 hablantes de tseltal y a 417 462 personas hablantes del tsotsil, colocándola en segunda posición de las dieciséis que se hablan en Chiapas, y a esta entidad en la tercera posición a nivel nacional en cuanto a la cantidad de hablantes de una lengua originaria.

Tabla 4: Población de habla indígena a nivel nacional.

2.1.16 POBLACIÓN DE 5 Y MÁS AÑOS DE EDAD SEGÚN CONDICIÓN DE HABLA INDÍGENA Y HABLA ESPAÑOLA, 2010			
CONDICIÓN DE HABLA INDÍGENA Y HABLA ESPAÑOLA	NACIONAL	ENTIDAD	LUGAR NACIONAL
Población de 5 y más años de edad	100 410 810	4 199 721	
Habla lengua indígena	6 695 228	1 141 499	2*
Habla español (%)	81.7	66.2	28*
No habla español (%)	14.7	32.5	1*
No especificado (%)	3.7	1.2	32*

NOTA: La fecha censal de estas cifras corresponde al 12 de junio.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) 2012.

En Chiapas existen doce grupos de lenguas originarias, según la Organización Editorial Mexicana (OEM, Chiapas) estas son: **Tsotsil, tseltal, ch'ol, tojolabal, zoque, kanjobal, chuj, cachiqual, jacalteco, mocho, mame y lacandón**. La OEM menciona a cuatro lenguas más, el **acateco, tapachulteco, chiapaneca y tuzanteco**, con mucho menor índice de hablantes que las primeras mencionadas.

Tal como se ha dicho, San Cristóbal de Las Casas es la cabecera regional de la V región. En busca de una mejora económica, muchos tsotsiles y tseltales han migrado a esa ciudad, principalmente para vender artesanías como ropa, accesorios, flores, verduras o para prestar sus servicios.

Esta cabecera regional, es de las que cuenta con más multiculturalidad en Chiapas debido a que son muchas las personas de diferentes partes de Chiapas, México y el mundo las que radican allí. La ciudad por su arquitectura colonial, gastronomía con influencia española y maya, junto con sus diversos museos, hace que sea un lugar de gran atractivo turístico nacional e internacional.

En la siguiente tabla se puede observar que en el estado de Chiapas, la ciudad con más demanda turística es San Cristóbal de Las Casas, seguido por Tuxtla Gutiérrez (la capital chiapaneca), Palenque (por sus zonas arqueológicas), Tapachula (por ser el acceso al estado vía marítima a través de Puerto Chiapas), Comitán de Domínguez (por sus cercanías a los lugares de recreación familiar en contacto con la naturaleza) y, por último se menciona a Tonalá, el municipio con las playas más céntricas al estado.

Tabla 5: Ciudades chiapanecas con más demanda en hospedajes.

Llegada de turistas a establecimientos de hospedaje por centro turístico según categoría turística del establecimiento, 2011

Centro turístico	Total	Cinco estrellas ¹	Cuatro estrellas	Tres estrellas ²	Dos estrellas	Una estrella ³
Estado	3466521	234936	679528	692985	658784	1200288
Comitán de Domínguez	193326	0	42850	26479	40588	83409
Palenque	510166	47453	132517	77791	83099	169306
San Cristóbal de las Casas	741554	ND	215776	220096	77353	228329
Tapachula	280539	47114	61636	37069	58202	76518
Tonalá (Puerto Arista)	133162	0	0	53187	39836	40139
Tuxtla Gutiérrez	640742	140369	131366	108719	140726	119562
Resto del estado	967032	0	95383	169644	218980	483025

¹Incluye establecimientos de categoría especial.

²Incluye villa, cabañas y suites.

³Incluye clase económica.

Fuente: SECTOR, Monitoreo Data Tur: <http://datos.sector.gob.mx> (5 de marzo de 2012); Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado, Dirección de Atención al Turista; Departamento de Sistemas de Información.

Fuente: Comité Estatal de Información Estadística y Geográfica (CEIEG, 2013).

Zinacantán es un municipio que está próximo a San Cristóbal de Las Casas, aproximadamente a 15 kilómetros. Se ubica a 25 minutos en transporte público y a 15 en carro particular¹⁹. Al igual que San Juan Chamula, son de los principales pueblos visitados por el turismo, el hecho de conocer las culturas originarias en su contexto real y cotidiano hace que muchos grupos de turistas se interesen en conocer estos poblados.

Los tsotsiles zinacantecos han basado sus vida en la cosecha, principalmente por el autoconsumo y venta de lo producido "en 1940 le fue otorgado a Zinacantán el derecho de expropiar tierras así comenzó el período en el cual la agricultura dominó la economía zinacanteca" (Marks,2005: 93).

El maíz es la principal semilla cosechada, además de la siembra de frijol, zanahorias, calabaza, cebolla, papa, rábanos, chile, cilantro, lechuga, repollo, chayote, frutas y diversas clases de flores como rosas, aster, solidago y otros que pertenecen a los follajes de los arreglos florales.

La elaboración y venta de artesanías con lana, textiles y bordados a mano, en máquina de coser o en telar de cintura como blusas, rebosos, camisas, caminos de mesa, almohadas, bolsas y muchos artículos cosas más. Cada pieza refleja la dedicación de su creador o creadora.

Zinacantán, es un municipio que es habitado por hablantes del tsotsil como lengua materna, algunos, en su mayoría personas adolescentes y adultos hablan español, es una localidad cargada de tradiciones. Los habitantes colaboran a recrear el imaginario de la civilización de los Altos de Chiapas a través de las prendas y accesorios que ofrecen a la venta en las múltiples casas y tiendas la cabecera municipal.

¹⁹La terminal de transportes está sobre la calle Edgar Robledo, cercano al mercado José Castillo Tielemans, el "mercado viejo" de San Cristóbal. Ahí las combis o urbans lo transportan por una cuota de 15 pesos y si es en taxi por 17 pesos por persona. A las seis de la tarde, el transporte público descansa y es hasta el siguiente día desde muy temprano que empieza la actividad.



Foto 15: Juana López González, borda un pavorreal en un camino de mesa.



Foto 16: Blusa de tela con alcatraces y flores bordada a mano.



Foto 17: *Moxibal* (rebozo) pequeño. Está tejido y bordado a mano. Es miniatura porque está diseñado para colocárselo a la virgen de Guadalupe. Realizado con hilos especiales.

En la zona "Altos tsotsil- tseltal" predominan las personas hablantes de ambas lenguas, sin embargo, esta investigación versa sobre Zinacantán, municipio en el que habitan personas hablantes del tsotsil.

4.2. Tsotsil (*sots'il vinik*): Hombre murciélago

Según información recabada en entrevistas con zinacantecos (habitantes de Zinacantán), la palabra tsotsil se deriva del *sots'il vinik* que significa hombre murciélago. La lengua es denominada *bats'ik'op* (verdadero lenguaje, lengua originaria o verdadera) y la etnia tsotsil²⁰ habita en la zona Altos de Chiapas principalmente en San Juan Chamula y Zinacantán, un grupo de indígenas de origen mayense. Rincón (2007) señala que el nombre en tsotsil del municipio es *Sots'leb*.

Mapa 2: Ubicación de Zinacantán en el estado de Chiapas.



Fuente: Comité Estatal de Información Estadística y Geográfica (CEIEG) de Chiapas, Mayo 2013.

²⁰En el año 1999, el Centro de Lengua, Arte y Literatura Indígena (CELALI) reformó la escritura de las palabras tzotzil y tzeltal, eliminó la "tz" para utilizar la "ts", con ello eliminaron la grafía "z". Por tal motivo, en esta investigación se acuerda a la "ts". Únicamente aparecerá con "tz" la información que no me pertenece y que he retomado de otras investigaciones o videos. Respetaré la escritura que el autor haya colocado debido a que existe mucho material aún con "tz".

Zinacantán es un nombre de origen náhuatl y significa “lugar de los adoradores del dios murciélago”. Un mito dentro de la población cuenta que cuando ellos llegaron al territorio sin poblar, encontraron a un murciélago al cual decidieron tomar por dios.

El nombre del municipio no siempre fue el actual. Primero era *IkálOjov* (Señor negro) pero posteriormente se cambió por el *Sots'leb* (Lugar de murciélagos), debido a que se encontró una cueva de murciélagos (Lauhlin en Domínguez, 2012: 43).

Rincón (2007) señala que "la palabra Zinacantán tiene como origen el náhuatl, se supone que los comerciantes mexicas que llegaban a la región nombraban <<Tzinacantlan>>, que significa Lugar de los murciélagos".

Marks (2005) señala de la historia de Zinacantán que cuando las grandes ciudades mayas cayeron después del 900 D.C., este municipio se convirtió en un gran mercado con ganado impresionante y control sobre el comercio de plumas preciosas (quetzal), pieles de animales salvajes, sal, ámbar que intercambiaban, según Domínguez (2010), por navajas, agujas, tierra colorada y pieles de conejos con los mexicas.

Ubicación

Este municipio se encuentra ubicado a 2,100m sobre el nivel del mar, por su altura sí hay frío y por las mañanas a veces quema el sol. En el apartado anterior, hago énfasis en que entre ellos se dicen *sots'il winik* que significa “hombre murciélago” y a la lengua le llaman *bats'il k'op* que significa “lengua verdadera”.



Fotografía 18: Vista desde orilla de carretera, San Cristóbal a Zinacantán. Enero 2014.

Fotografía 19: Letrero de bienvenida en la entrada del pueblo. Enero 2014.

En cuanto a distancias, Zinacantán se ubica a diez kilómetros al este con San Cristóbal de Las Casas, al noreste y al norte colinda con San Juan Chamula, al oeste con Ixtapa, al suroeste con Chiapa de Corzo, al sur con Acala y San Lucas (CELALI,2012).

61 son las comunidades que integran el municipio de Zinacantán y estas son:

Tabla 6. Comunidades de Zinacantán.

1.Ajtetic Alto	2.Ajtetic Bajo	3.Apas	4.Bochojbo Alto	5.Bomchen
6.Chajtoj	7.Chiquinivalvo	8.Conlum	9.El Pig	10.El Próspero
11.Elambo Alto	12.Elambo Bajo	13.Gechvo	14.Guadalupe Shucún	15. Yaaltzi
16.Jech Chentic	17.Jechtoch	18.Jechtojtik	19.Jobchenón (La Granadilla)	20.Jocotal
21.Joigelito	22.Jomal-Osil	23.Joygel Grande	24.K'aquete	25.La Granadilla
26.La Pera	27.La Selva	28.Las Minas	29.Mazam	30.Nachig
31.Navenchauc	32.Navenchauc (Las Torres)	33.Nueva Concepción	34.Pasté	35.Patosil
36.Petztoj	37.Piedra Parada	38.Pinar Salinas	39.Potojtic	40.Rancho Nuevo
41.San Antonio	42.San Antonio Bajo	43.San Isidro	44.San Lorenzo	45.San Nicolás Buenavista
46.Shulvo	47.Tierra Blanca	48.Tzajalnam	49.Tzum	50. Yalentay (San Joaquín)
51. Zequentic	52. Zequentic Bajo	53.Zinacantán	54. Ajtetic Bajo I	55. Zinacantán
56. Chainatic	57. Elambó	58. Joigelito Alto	59. Potobtic Bajo	60. Zequentic Alto
61. K'Aquete Bajo				

Fuente: Elaboración propia a partir de información obtenida de PueblosAmérica.com

Al aproximarse de San Cristóbal a Zinacantán, después de un trayecto de 25 minutos en transporte público (los taxis tienen la cuota de 17 pesos y las combis 15), se aprecian los invernaderos desde las alturas hasta bajar y llegar al poblado. La gente es amable y siempre es curiosa para preguntar lo que tenga en duda, la mayoría de veces, a un extraño le

cuestionan ¿De dónde es? y ¿cómo se llama? en el transporte o durante el recorrido por las calles.



Fotografía 20: Terminal de transporte público Zinacantán - San Cristóbal justo en el centro del poblado. Ahí se aprecian las urbans y los taxis. Enero 2014.

Población

Este municipio de los Altos de Chiapas cuenta con 36 489 habitantes aproximadamente, lo cual representa al 0.8 por ciento de la población en Chiapas. 17 176 son hombres y 19 313 son mujeres según información del INEGI en el 2010. Esta información estadística indica, pues, que la población en el municipio está constituido principalmente por mayor cantidad de mujeres, que por hombres.

Las personas en Zinacantán como las de otros municipios de la zona Altos, entre ellos San Juan Chamula y Tenejapa, no se rigen por el horario de verano al que la población mexicana está acostumbrada cada seis meses, no respetan el cambio de horario "ellos explican que tienen <<el horario de Dios, no el de [Vicente] Fox>> (Rincón, 2007).

Servicios

Desde los años noventa, la población cuenta con agua por tubería, lo cual ha beneficiado a muchas mujeres para administrar su tiempo en otras actividades debido a que ya no es necesario ir a las lagunas a cargar agua para sus hogares.

En un estudio que reporta la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL) en el 2013, a través de la Unidad de Microrregiones de la Dirección General Adjunta de Planeación Microrregional, se reporta que los indicadores de carencia en viviendas en el 2010 fueron 875 hogares con piso de tierra (13.20% de población), 769 viviendas con muros endebles (11.56% de población), 290 casas con techos endebles (4.36% de la población), 4 mil 272 viviendas con algún nivel de hacinamiento (64.92% de la población).



Fotografía 21 y 22: Casas del centro de la ciudad, la mayoría de las personas de la cabecera municipal cuentan con todos los servicios. Los parajes y colonias son las que presentan mayor grado de pobreza.

En cuanto a la carencia de acceso a los servicios básicos en las viviendas particulares habitadas, SEDESOL reporta a 2 466 viviendas sin drenaje (37.31% de la población), 83 viviendas sin luz eléctrica (1.26% de la población), 2 570 viviendas sin agua entubada (38.76% de la población), 6 285 viviendas que usan leña y carbón para cocinar (94.47%) y 896 viviendas sin sanitario (13.47% de la población).

Como indicadores de resago social en el 2010, SEDESOL reportó que el 32.02% de la población no tenía derecho a los servicios de salud. La mayoría de hogares cuentan con luz eléctrica, lo cual les ha aportado mayores beneficios para moler el maíz que ahora puede ser a través de un molino eléctrico, pero el 98.15% no cuenta con una lavadora y el 94.35% no disponía de un refrigerador.

Festividades y cosmovisión

En cuanto a su ideología, hace algunos años, la mayoría de los habitantes eran de creencia católica en la que insertaron sus elementos autóctonos porque dos de las fiestas importantes son: la primera en enero en honor a San Sebastián (20 de enero) y la de San Lorenzo (10 de agosto), santo que es patrono del pueblo.



Fotografía 23: Iglesia San Lorenzo Mártir, santo patrono de Zinacatán. Agosto 2014.



Fotografía 24: Arco floral colocado en la entrada principal de la iglesia. Por dentro no fue posible fotografiar la iglesia. Al ser productores de flores, la iglesia siempre luce flores frescas y olorosas. Agosto 2014.

En la actualidad, de cada cien personas, 74 son católicas en Zinacatán, el porcentaje es de 74.3 por ciento contra un 11.7 que ha optado por ser pentecostales, evangélicos, cristianos y otros, según el INEGI (2011).

El que ahora las personas tengan más oportunidad de elección ideológica ha marcado un cambio trascendental en la población debido a que todos conocen las fechas y las respectivas celebraciones, ahora algunos sólo las respetan por educación pero no comparten ni realizan la celebración.

Aún así, el sincretismo es algo que ha caracterizado a la población de la zona Altos tsotsil - tseltal debido a que, a pesar del respeto que mantienen por las imágenes religiosas o cualquier religión que profesen, también tienen un respeto y adoración por la madre tierra, la cual consideran emite energía que vive dentro de ellos.

Las **montañas** y los **lagos** son especiales y sagrados para ellos, en los cerros y montañas viven los santos que cuidan de ellos y que los protegen de amenazas naturales como torrenciales, lluvias, huracanes o sismos. Las **lagunas** y **ríos** significan el contacto entre el más allá y la vida terrenal. Son entre muchas cosas más, especiales por la carga simbólica que el pueblo les ha proporcionado.

Hablar de Zinacantán es hablar de muchos temas que lo constituyen, ya hablamos de su territorio y de su lengua; ahora conoceremos la manera en la que las personas generan su economía, diversas actividades que permiten la obtención de ingresos en cada unidad doméstica. Además que se proporcionan detalles de su indumentaria, en la que aunque en San Juan Chamula²¹ se hable tsotsil, la forma de vestir es completamente distinta.

“Todos santos” 1 y 2 de noviembre

Una de las fechas importantes en este municipio, como en otros más de la República Mexicana, son los primeros días de noviembre, el día de "Todos santos" y "Día de muertos". Las personas en estas fechas se guardan y preparan todo para visitar a sus santos difuntos desde antes. En este caso, en el 2013, el 1 de noviembre fue jueves y el 2 viernes, ellos desde el miércoles están en casa, ya no salen. Las velas, fruta y refrescos los preparan desde el miércoles.

²¹ San Juan Chamula es un municipio tsotsil. La cabecera se encuentra a 25 minutos de San Cristóbal en transporte público y a 15 en transporte privado. Al igual que Zinacantán, es un municipio con gran vistas de turistas debido a que ambos conservan sus raíces indígenas, les interesa conocer sus tradiciones, indumentaria, modo de vida, etc. También hablan tsotsil, sin embargo, la indumentaria es completamente diferente en ambos municipios en el que las texturas y colores generan la diferencia entre los textiles y bordados de las mujeres, responsables de reproducir estas acciones que heredan de sus mamás, hermanas o tías. Más adelante se aborda detalladamente la indumentaria de ambos municipios para acercar al lector a ambas sociedades tsotsiles.

Hay dos panteones en Zinacantán: el municipal en donde sólo entierran a las personas que viven en la cabecera y el otro en donde entierran a las personas de las comunidades; no tienen un nombre como tal para ubicarlos, sólo por la orientación de estos es que se guían.

El panteón municipal está en la cima de un cerrito a cinco kilómetros aproximadamente del centro de Zinacantán. Actualmente el camino está pavimentado, sin embargo, antes era de terracería y no había acceso a los carros, entonces, subían el cuerpo del difunto en un ataúd en los hombros de varios hombres, una cansada tarea ya que está de subida.

La gente empieza a visitar el panteón desde las cinco de la mañana, la mayoría llega alrededor de las 7 am. Visten la tumba con juncia, hoja verde de pino que previamente han cortado (los que tienen rancho o terrenos en donde tengan pino), o que compran por montones en la cercanía del municipio.



Fotografía 25: Juncia colocada desde temprano en las tumbas. El olor que suelta, aromatiza agradablemente el ambiente con la compañía colorida de las abundantes flores. Noviembre 2013.

“Desde las siete de la mañana las almas empiezan a llegar” dice doña Rosy, así que las familias pueden estar desde las 7 hasta las 9 de la mañana llegando a la tumba. A las nueve empieza la velación, en ese espacio la familia le coloca las frutas o las ofrendas que lleven al fallecido y hasta el medio día permanecen unidos alrededor de las tumbas conviviendo entre familia y con los demás que llegan a velar a sus difuntos.



Fotografía 26: Familias conviven alrededor de las tumbas de quien en vida, fuera importante para ellos.

Al medio día, la mayoría de las personas “empieza a bajar del panteón”²², se empiezan a ir y sólo se quedan los que quieran seguir conviviendo. Muchos llevan música, mariachi, tríos y demás agrupaciones para animar su estancia en el panteón.



Fotografía 26: Convivio de personas alrededor de las tumbas de sus difuntos con música tradicional.

Acompañan su vela con alcohol, en donde ofrecen a sus difuntos montones pequeños de cacahuates con cáscara, plátanos machos crudos, caña en trozos, chayote y elotes hervidos, jugos enlatados, agua embotellada y refrescos que dejan abiertos (algunos) "para

²² Recordemos que en la descripción primera, se dice que el panteón está en la parte superior de un cerro dentro del municipio. Por lo mismo, se dice que la gente baja del panteón a sus domicilios.

que no se le complique al muerto abrirlo" dice doña Martha que está en el panteón destapando una coca cola de 335ml de cristal.



Fotografía 27 y 28: Ofrendas en "Día de muertos" en el panteón municipal de Zinacantán, Chiapas.
Noviembre 2013.

También dejan sobre las tumbas cajetillas de cigarros abiertas (la que el muertito fumaba), caldo de gallina de rancho o de res, el que prefiriera el difunto. La mayoría de tumbas se quedan con las ofrendas, con las velas y las flores toda la noche.

Recordemos que Zinacantán es productor de flores, por lo mismo en estas fechas el panteón se viste de gala con las flores y arreglos más bonitos; las flores de cempasúchil también son incorporadas y formadas en arreglos florales que son colocados a la altura de la cruz o cabecera de la tumba.



Fotografía 29 y 30: Flor de cempasúchil integrada a las ofrendas florales en el panteón municipal de Zinacantán. Noviembre 2013.

Las personas después de colocar la ofrenda, hacen rezos familiares, algunos beben alcohol al lado de las tumbas como si estuvieran en una fiesta en casa, no parece pena la que compartieran sino pareciera que comparten la alegría de estar con su difunto.

Lo que pude observar es que la mayoría de personas, sino es que todos, beben tequila – sin importar la marca-, cerveza de lata –marca Modelo y Superior son las más demandadas-, beben también cahuamas –la marca corona es la que más se ve-.

En general, el gusto de las personas por las cervezas oscuras y tequila es más que incluso por beber posh; ni para dárselo al muertito ni para beberlo entre ellos. Para las personas que no "subieron"²³ suficiente alcohol al panteón, ahí mismo venden cervezas, botanas y golosinas para que continúen conviviendo con su familia y muertos.



Fotografía 31: Alcohol listo para vender. Por el frío ambiental no se necesita de un refrigerador para consumirlo, se enfría de forma "natural".

Fotografía 32: Señora con la venta de refrescos, botanas y alcohol instalada en medio del panteón.

A pesar de que ese día llovió, la gente permaneció alrededor de sus tumbas en donde a manera de festividad, los niños corrían entre las tumbas y las familias rodeaban sentados a quien en vida fue importante para ellos.

²³ Recordemos que el panteón de Zinacantán se encuentra en la punta de un cerro desde donde se alcanza a ver claramente el poblado.

Altars de muerto

En el caso de los hogares, aparte de que las familias acuden al panteón; ellos también levantan su altar de muerto. Lo realizan para sus difuntos y para los difuntos que en vida visitaron su hogar. Montan su mesa en donde irá la ofrenda en algún punto de la casa que alguna vez haya pisado el muerto en vida.

Para ello ya tienen preparada la juncia, la foto (s) y las flores. Desde muy temprano colocan la mesa donde irá todo con los elementos antes mencionados. Al medio día las personas colocan la comida y atoles que deben estar bien calientes, porque "es la hora en la que las almas llegan a comer" señala doña María Pérez, originaria de Zinacantán. Debe estar bien caliente la comida porque como ellos no la pueden comer, se impregnan del olor, y cuando la comida está fría es porque ya pasaron a comer.



Fotografía 33: Altar de muerto con la comida recién servida. Zinacantán, Chiapas. Noviembre 2013.
Fotografía 34: Posh (vaso tequilero), colocado como ofrenda para el alma en el altar. Zinacantán, Chiapas. Noviembre 2013.

El altar se viste con flor de cempasúchil, velas de cebo y de cera, un comalero (recipiente de barro) con incienso, caldo de carne ahumada (o caldo del gusto del que se murió), pan de agua, atole agrio, atole de maíz, chayote y elote hervido, tamal de bola, tamal de toro pinto (tamal de frijol negro) una copita de **posh**, agua, refresco, cigarros, naranjas, mandarinas y todo lo que en vida le gustara al difunto al que le levantan el altar.



Fotografía 35: Comalero de barro con incienso para aromatizar el ambiente.

Las frutas y demás ofrendas se quedan en el panteón el día uno de noviembre y el día dos alrededor de las dos de la tarde, una agrupación de veinte personas suben y recogen todo lo que se haya quedado en el panteón para guardarlo. Estas personas bajan como a las tres de la tarde en medio de música tradicional y llegan a la iglesia en donde hay gente que sabe que les van a regalar esa fruta. Los refrescos y todo lo que sea líquido no se queda, eso la mayoría de veces la familia se los lleva.

En el caso de los altares, los instalan el día uno temprano y los levantan el día dos alrededor de las 4 de la tarde, porque se dice que **las almas se van a las seis**. Las frutas son regresadas a la cocina y las que están en buen estado se las comen los familiares, así con todo lo del altar.

En el caso de las frutas y comida que se hayan agriado o echado a perder, se les da a los pollos y otros animales de la casa. La flor de cempasúchil se recoge y se cuelga porque suelta semillas que les son de utilidad y la juncia se reutiliza pero para el nido de gallinas.

La muerte es tema complejo en ellos, hay todo un proceso en el ritual para enterrarlos. Una de ellas es que cuando una persona muere, tocan la campana en la iglesia todo el día para que la gente sepa que alguien acaba de morir.

A la persona difunta se le lleva al panteón pero antes se hace un descanso en un espacio techado en donde hay tres cruces grandes camino al panteón, ahí las personas le dan el pésame a la familia y se quedan durante una hora.

Después continúan su camino al panteón. Los entierran con la cabeza de un gallo al lado de su cabeza, esto "para que cuando llegue al cielo, éste sea el que cante y anuncie su llegada" señalan habitantes de Zinacantán durante entrevistas abiertas en el panteón.



Fotografía 36 y 37: Lugar donde las personas velan a su difunto camino al panteón. Visto desde afuera y por dentro. Agosto 2014.

También se le entierra en compañía de un costalito con monedas "para que el difunto tenga algo de dinero durante su camino al cielo". En caso de que las personas mueran en día viernes, son enterradas el día lunes, porque el "sábado y domingo San Pedro no trabaja".

El primer día de todos santos, el 1 de noviembre, es muy importante para ellos ya que es la fecha en la que consideran las puertas del inframundo se abren y es donde se conectan los vivos con los muertos.

Principales oficios en Zinacantán

La cercanía de los municipios de los Altos a San Cristóbal de Las Casas, ha hecho que los indígenas regresen para vender lo propio, es decir, han identificado en sus recursos

culturales una forma de sustento debido a que el turismo llega a su municipio con el interés de conocer de cerca sus trabajos artesanales, cosmovisión y qué hacer cotidiano.

Los textiles y bordados son parte del ingreso económico de muchas familias al igual que el cultivo de flores en los invernaderos, son floricultores principalmente de rosas y crisantemos, ambas plantas cultivadas en su variedad de clases que posteriormente venden en el mercado local, en municipios cercanos como San Cristóbal de Las Casas y Tuxtla Gutiérrez o incluso, trasladan a florerías de diferentes estados como Yucatán.



Fotografía 38 y 39: Rosas listas para ser enviadas a Yucatán. Zinacantán, Chiapas. Noviembre 2013.

En Zinacantán las personas “**programan la flor**”: Los productores disponen sus horarios en torno a la plantación de flores en los invernaderos, principalmente la plantación de la rosa en temporada de invierno en donde vigilan su producción para que la helada no la dañe con las bajas temperaturas de la madrugada.

Ellos no cosechan frutas con el mismo interés, la mayoría tienen árboles frutales pero no les prestan la misma atención porque los árboles producen frutas una vez cada año, es por temporadas, a diferencia de las flores, ellas son de actividad diaria y de remuneración económica constante.

En diferentes partes del municipio, incluso desde que uno se aproxima desde la carretera, se aprecian invernaderos, algunos están céntricos y otros más en la orillada. Los floricultores cultivan la rosa -como su principal flor-, además de los crisantemos, las holandesas, las astromelias, la cayena, el solidago y demás.



Fotografía 40 y 41: Invernadero de rosas del Grupo San Lorenzo. Zinacantán, Chiapas. Noviembre 2013.

Floricultores

Las rosas son cultivadas con especial cuidado en Zinacantán, y es a través de ellas que surge una de las mejores maneras de alagar la gratitud o belleza a alguien, consideradas las más elegantes por tener pétalos siempre suaves alrededor de un botón.

La floricultura en el municipio se inició cuando en 1973 una investigación realizada por el Programa de Desarrollo socioeconómico de los Altos de Chiapas (PROSESCH) demostró que la superficie montañosa del municipio que varía de los 1 800 a los 2 300 msnm es apropiada para cultivar una diversidad de flores comerciales (Domínguez, 2012, 43).

A raíz de esa iniciativa se promocionaron los invernaderos y poco a poco se expandieron en varias comunidades y parajes del municipio, destacan Salina, Patosil, Nachig, Tierra blanca, Navenchauc, Bochojbo Alto y Bajo, San José Buenavista y la cabecera municipal (Domínguez, 2012: 43), en donde existen muchos invernaderos principalmente de rosa.

La rosa es una planta que es buscada por las personas para darle diferentes usos. Muchos han escrito canciones, poemas, versos, hay quienes la elaboran en infusiones, tés, aceites para la aromaterapia y demás; muchos más la utilizan para decoración. Desde la antigüedad se utilizaba en la cocina, por su aroma y por su sabor dulce, hay quienes

aseguran que entre más olorosa, contiene más sabor. Las propiedades medicinales y aromáticas destacan en ella.



Fotografía 42: Virgen de Guadalupe con rosas frescas en los invernaderos del Grupo San Lorenzo. Zinacantán, Chiapas. Noviembre 2013.

En general, la rosa es una planta rentable en Zinacantán. La venden principalmente en los mercados cercanos a Zinacantán y a florerías de diferentes municipios y estados. Un experto en rosas es Mateo Antonio Pérez Pérez, él es originario de Zinacantán, los invernaderos son su segunda casa porque asegura que a la suya solo llega a dormir. Todos los días desde muy temprano está en la producción de rosas para dar atenciones a las plantas.

En el caso de otros productores de Zinacantán, también trabajan desde temprano en sus invernaderos que no siempre son rosas, sino también crisantemos y el follaje que acompañan a los arreglos florales asegura Mateo al mismo tiempo que detalla:

En el invernadero manejamos cuatro variedades de rosas rojas: la royal bacará, la *black magic*, la gran gala y la *red freedom*. También producimos la rosa *orange* o naranja, la *fucsha* conocida como argentina, la amarilla o *quérium*, la blanca conocida también como anastasia. También tenemos tres bicolors; la *lady* latín (una combinación entre rojo y blanco), la amistad (amarillo con rojo) y la *hylander* (una rosa *fíusha* con blanco). Dentro de la línea de crisantemos algunos productores -nosotros no-, trabajan el polar, el *spyder* y muchas variedades más. El follaje, que es el complemento de los arreglos florales, algunos producen el aster blanco, el morado, el solidago y

las astromelias. (Mateo Antonio Pérez Pérez, originario de Zinacantán, productor de rosas).

El proceso de producción de rosas es largo, son muchos cuidados los que se necesitan durante la plantación. Mateo Antonio Pérez Pérez asegura que previo a recibir una rosa, se necesitan de ocho a diez meses para que la planta produzca los primeros botones y cuatro meses más para que desarrolle hermosas rosas:

A veces los rosales tienen tallos cortos o delgados, entonces descabezamos los botones, no los dejamos florear, así la planta desarrolla bien. A los cuatro o seis meses brotan tallos bazales (tallos más gruesos y vigorosos), así es cuando se pueden formar los pisos para producir.

Conseguir que las rosas sean vigorosas y bellas es un reto, pero cuidarlas de las plagas lo es más, las más comunes son la araña roja, el *trips*, la mosca blanca y el pulgón verde “todos ellos son chupadores, absorben el agua de los pétalos y de las hojas quedando marchitadas”, asegura Mateo Pérez.

El hongo también es difícil de controlar, una de las enfermedades que también amenazan la producción de rosas es la cenicilla polvorienta porque llena las hojas de ceniza y acaba deshidratándolas “uno debe ser cuidadoso, si no se da cuenta, cuando una nave o un módulo de los invernaderos está afectado es necesario combatir”.

Diciembre es la temporada más difícil de producción de rosas por el frío y las heladas. La temperatura a la que se debe mantener los rosales es de 20 a 25 grados, pero en esas fechas la temperatura baja hasta menos cuatro grados, de forma creativa, los productores de rosas han ideado fuentes de calor para que la temperatura se equilibre y Mateo comparte la técnica:

Apoyamos a las plantas con fogatas adentro de los invernaderos; son pequeñas, son latas que hacemos con viruta, el resto de las cepilladoras. A las latas les colocamos una chimenea para que no se apaguen, no hacen llama pero sí calientan. Antes probamos con calefactores eléctricos con

llamas de gas, pero la baja temperatura hace que se congela el tanque estacionario y las tuberías.

De que “salven”²⁴ la producción de las heladas depende si tendrán flores para las fechas picos que son 12 de Diciembre y 14 de Febrero, de lo contrario, pierden todo el trabajo señala Mateo: “Todas las noches en diciembre monitoreamos los invernaderos; a la media noche, si el termómetro marca tres grados sobre cero, empezamos a encender fogatas porque la temperatura descenderá más”.

Tener flores para el día de las madres, el 10 de mayo es una tarea poco más sencilla porque las temperaturas de febrero no son frías, a partir del 28 de Febrero empiezan con la producción.

Una vez que el rosal ha crecido durante seis meses y que han descabezado²⁵ los botones, cuatro meses después la planta produce grandes rosas, el momento indicado para cortarlas es cuando los pétalos están en forma de espiral alrededor del botón. Mateo Pérez, con su experiencia comparte su técnica de hidratación de rosas:

Después del proceso del corte nosotros la hidratamos inmediatamente, a los 5 o 10 minutos la rosa está en agua para que las esporas de los tallos no se cierren. Si han pasado 20 o 30 minutos, aunque hayan cortado la rosa en el punto exacto, la rosa se marchita a los pocos días. Todas tienen un punto de corte, si las cortas muy cerradas, aunque las hidrates, al día siguiente están agachadas, si ya están en punto de corte y no la cortas, también serán un desperdicio.

Es por ello, que las flores son un elemento que destaca en el municipio. Los altares a los respectivos santos, siempre tendrán flores olorosas y frescas al igual que el día de muertos, cuando el panteón se llena de color con tantos arreglos florales que con empeño realizan o adquieren ahí mismo.

²⁴ De que eescaten la producción, que no sea dañada por la helada.

²⁵ Proceso por el cual le quitan los primeros botones a la planta para que de esa forma invierta sus nutrientes en el segundo botón y crezca más hermoso.



Fotografía 43 y 44: "Todos santos" en el panteón municipal de Zinacantán. Noviembre 2013.

En el caso de las personas que no tienen invernaderos, cultivan en terrenos o en su casa frijol, maíz, calabaza, cilantro, zanahoria, repollo y otras semillas que después comercializan y consumen.

Crían animales, principalmente gallinas y pollos²⁶, trabajan en el transporte público como choferes (taxis o combis con dirección a San Cristóbal de Las Casas), son comerciantes (tortillerías, abarrotes, carnicerías, restaurantes, taquerías) o se dedican a la elaboración de prendas. El trabajo es todo el día, todos los días desde muy temprana hora.

Los hogares en Zinacantán, como en muchos municipios de Chiapas, se nutren de diferentes fuentes económicas, de diferentes actividades en la que las personas, hombres o mujeres, son expertos. No es que sepan de todo un poco, son expertos en todo, analizan el proyecto y lo echan a andar, en el desarrollo corrigen detalles y siguen adelante. Son personas que perseveran y trabajan mucho.

²⁶ El sentido comunitario que las personas tienen es muy evidente. Los animales domésticos no necesitan estar en una reja o maya, caminan por las calles con toda la libertad y seguridad de que nadie los atropellará o se los llevará.

Bordados y textiles

"En los Altos de Chiapas, son las mujeres las que se han involucrado en la comercialización de la producción textil y alfarera, que en sus orígenes es realizada para las necesidades de la familia y que actualmente constituye una actividad ampliamente mercantilizada"
(Ramos, 2010: 86).

El bordado es una de las cualidades que las mujeres zinacantecas poseen, todas saben hacerlo, algunas con el punto de cruz -el más complicado-, otras con puntos más sencillos pero lo han aprendido de su madre o hermanas "A través del tejido continúan prevaleciendo la cultura y las artes femeninas" (De La Torre en Marks, 2004:9).

Ellas tienen la responsabilidad de cuidar por la salud los hijos, cuidar de sus animales domésticos como pollos y gallinas porque son parte de su alimentación por los huevos y la carne, ir por un tercio²⁷ de leña o pastorear a las ovejas, en algunas ocasiones.

Ellas se levantan desde muy temprano, algunas a las cuatro otras a las cinco -cuando se levantan a las seis es porque se les hizo tarde-, ponen el maíz en el fuego y después de molerlo hacen las tortillas a mano para el desayuno.



Fotografía 45: Leña tejida para su consumo cubierta con naylon para que no se moje. San Juan Chamula, Chiapas, agosto 2012²⁸.

Fotografía 45: Tortillas hechas a mano con maíz morado. San Juan Chamula, Chiapas, agosto 2012.

²⁷ Un tercio de leña se refiere a una carga de leña que necesitan para cocinar sus alimentos porque utilizan, en su mayoría, fogones.

²⁸ Las fotos corresponden a San Juan Chamula, pero al igual que Zinacantán, mantienen las mismas costumbres en cuanto a que las mujeres van y cortan la leña para cocinar y hacer tortillas a mano.

Mantienen su casa limpia, la comida siempre lista, vigilan que el marido esté siempre atendido con ropa limpia y con el estómago lleno (con un plato de frijoles pero con tortillas hechas a mano). Algunas trabajan en sus invernaderos, otras se van a recoger la leña para cocinar y algunas mujeres mayores, también cuidan de sus nietos.

Son mujeres que destacan por tener mucha paciencia y en cuanto a la artesanía, amor en lo que hacen: "Estas mujeres, con su orgullo silencioso por el trabajo de las mujeres" (Marks, 2005: 19).

A los doce años, algunas mujeres ya tienen a su primer hijo principalmente en las comunidades, ejidos o parajes de Zinacantán. Desde muy jóvenes las mamás les enseñan a las hijas a tejer o bordar, "es la herencia que cada una recibe" asegura Rosalinda Ruiz, originaria de San Andrés Larráinzar pero que radica en Zinacantán desde hace más de treinta años porque su esposo es originario de ahí.



Fotografía 47: Bordado de flores a mano por mujeres zinacantecas. Zinacantán, Chiapas; Agosto, 2013.



Fotografía 48: María Gómez Pérez teje en telar de cintura. La ropa que porta, ha sido elaborada por sus manos. Zinacantán, Chiapas; Agosto, 2013.

En caso de que las mujeres no sepan tejer ni bordar, los domingos en Zinacantán existe un tianguis denominado *ch'ivit* (mercado) en donde se vende de todo un poco, desde frutas hasta ropa a partir de las cinco de la mañana hasta las doce del día en el que personas de los

parajes de Navenchauc, Yalentai (San Joaquín), Nachig, Zequentic venden prendas a un costo considerable que en el transcurso de la semana elaboran.

Las mujeres de esas comunidades, la mayoría de veces, no se dedican a su hogar, solamente invierten tiempo en elaborar tejidos y los maridos comprenden que aportan dinero al hogar y no les exigen las mismas atenciones: "A pesar del arduo trabajo manual y visual que los textiles implican, la artesana agradece que ella misma pueda ser su 'jefa', su propia 'patrona'. Celebran su independencia en los ritmos y tiempos de trabajo" (Del Carpio, 2012:189).

María Flor López González, integrante del grupo *Bolom ton*, es una mujer que desde los doce años aprendió de su mamá la técnica para bordar y tejer "una niña empieza a tejer cuando tiene suficiente "alma" o "espíritu" (*ch'ulel*)" (Marks, 2005: 52).

Ella diseña sus creaciones a través de sus propios procesos de pensamiento, según "su corazón dicte" (su cosmovisión e ideas) asegura ella. A sus 43 años ella elige los colores o dibujos, según le nazca en el momento de crear y diseñar sus prendas. Así es como borda un pájaro como una flor, un pavorreal, un alcatraz, un perico o unas rosas.



Fotografía 49: Flores bordadas por manos de mujeres del grupo *Bolom ton*. Zinacantán, Chiapas; Agosto, 2013.

Fotografía 49: María Flor López González teje en telar de cintura. La blusa que viste fue bordada por ella durante dos meses. Zinacantán, Chiapas; Agosto, 2013.

Los colores son característicos en sus prendas de vestir cotidianas, ropa que con hilos de algodón crean con esmero y paciencia debido a que la realización de una blusa pueden

llevarse ocho días cuando usan la máquina de coser, o en dos meses si la realizan a mano "En el mundo zinacanteco del comercio, la máquina de coser se hizo importante no sólo para ahorrar tiempo, sino también para hacer dinero" (Marks, 2005:118).

Un trabajo en el que la cosmovisión de ellas se plasma hilo a hilo para entretejer una parte con lo que su imaginación es capaz de sorprender.



Fotografía 51: Blusa de manta bordada a mano. Zinacantán, Chiapas; Agosto, 2013.

Fotografía 52: Cinturones, fajillas y caminos de mesa bordados y tejidos a mano. Zinacantán, Chiapas; Agosto, 2013.

Fotografía 53: Manta para tortillas hecho a mano. Zinacantán, Chiapas; Agosto, 2013.

Alcatraces, girasoles, rosas, flores diversas, pericos, capullos y demás figuras se ven diseñadas de forma única en los telares, prendas y artículos que ellas ofrecen al turismo local, nacional e internacional que tiene lo característico de Chiapas.

En Zinacantán se trabaja con variedad de hilos de colores para los textiles. El que brilla se llama hilo oro, está también la sedalina que es uno muy delgadito y el hilo *mish*. Solo Zinacantán y Aldama usan variedad de estambres. (María Flor López, artesana zinacanteca).



Fotografía 54: Blusa bordada a mano con hilos de colores. Zinacantán, Chiapas; Agosto, 2013.

Fotografía 55: Hilos oro y *mish* que usan en bordados. Zinacantán, Chiapas; Agosto, 2013.

El trabajo manual de las mujeres zinacantecas es detallado y que da una visión de la cosmovisión de esta cultura que está con fuerte influencia en la moda y en la vida de la mayoría de chiapanecos. El uso de la máquina de coser por parte de las mujeres ha sido mayor últimamente, principalmente para realizar prendas para el turismo.

El aumento gradual de la cantidad de tiempo requerido para hacer la ropa, en conjunto con el aumento en el uso de dinero, abrió la puerta para que la gente desarrollara formas más rápidas de producir ropa y para que tuviera una mayor disposición para comprarla (Marks,2005:115).

En Zinacantán son pocos los hombres que saben bordar y tejer porque han crecido con la mentalidad de que esa es la tarea de las mujeres mientras su trabajo es en el campo. Sin embargo, algunos hombres, en ocasiones, después de su rutina laboral en el campo, cosecha o, del trabajo en otra parte, apoyan a sus respectivas mujeres o mamás. Cuando ellas tienen mucho trabajo y necesiten entregar algún “pedido”²⁹ de tejidos ellos colaboran con ellas.

Así como hemos descrito las principales actividades económicas de la población, ahora es conveniente conocer su indumentaria tradicional. Este es un elemento que, en definitiva, contribuye a la construcción de la identidad personal y social debido a que, las personas hablantes del tsotsil de Zinacantán utilizan colores vistosos y diferentes telas que los hablantes del tsotsil en San Juan Chamula. A continuación conocerá más del tema.

²⁹ Cuando tienen un "encargo" o "pedido" se refieren a que tienen trabajo por realizar y entregar que le remunerará económicamente, ya sea bordar o tejer.

"Múltiple color": Indumentaria tsotsil de Zinacantán

"El estilo es la declaración que hace una cultura para afirmar que difiere de otras culturas"
(Levi- Strauss en Marks,2005:149).

Obregón (2003) analiza que a raíz de la explotación a la que fueron sometidos los indígenas desde muchos siglos antes por parte de los mestizos, a manera de protección y defensa, los indígenas se encerraron en sí mismos para protegerse y respaldarse con el apoyo del resto, fomentaron lazos de solidaridad con los suyos. De esta manera, un individuo notaba su pertenencia a determinado grupo.

Diferenciarse de otros grupos indígenas también fue fundamental para unirse y adquirir los derechos dentro de la comunidad a la que pertenecían, formaron lazos sólidos en común en donde a todos les interesaba vigilar por el bienestar y estabilidad. Cabe destacar que **la identidad también se construye desde la negación**, de no ser como otro ser o no parecerse. Se auto distingue de los demás.

A la fecha, las comunidades indígenas, principalmente las de la zona "Altos tsotsil-tseltal" en Chiapas, se han caracterizado por ser unidas y por tomar decisiones en beneficio de los habitantes de la comunidad en busca de justicia principalmente, en donde califican los actos con los que no están de acuerdo y optan por la mejor solución para todos.

En este caso, lo que permite reconocer a una persona de Zinacantán es su vestimenta colorida, incluso distinguirlas de las otras comunidades que también hablan el tsotsil. A pesar de tener la misma lengua y estar en la misma zona geográfica de Chiapas, no visten igual a otros municipios que comparten el idioma.

Los hombres visten pantalón de mezclilla o de vestir, camisa manga larga la mayoría de veces, huaraches, zapatos o botas, morral, un paño con grandes borlas rosas en cada esquina, un sombrero con listones de colores que en caso de ser joven, el nudo de los listones deberá ir en la parte céntrica de la cabeza, y en caso de ser una persona mayor, el nudo deberá colgar de un lado junto con los listones.



Fotografía 56.- Paño con tres borlas de hilo y listón que se colocan en la espalda los hombres; pasan las dos esquinas en el cuello y lo anudan en el pecho.

Fotografía 57.- Darío González con indumentaria masculina tradicional.
Ambas fotos: Zinacantán, Chiapas; Agosto, 2013.

Utilizan lo que denominan *jerka*³⁰, una especie de chaleco grande, largo y colorido que ha sido tejido en pedal de cintura y bordado a mano con flores diversas; los protege del frío y está elaborado en algodón. De los costados también cuelgan borlas grandes en color rosa.

Si la *jerka* es de hilo sencillo, la elaboración no lleva más de una semana. Tiene un costo que oscila entre los 150 pesos y los hombres de Zinacantán no lo utilizan, únicamente está disponible para fines comerciales ya que no tiene la misma calidad de un *jerka* bien elaborado, para ellos es un *jerka rústico*.

"Tejer para vender en el mundo más amplio, más allá de Zinacantán, indicaba innovación y creatividad. Sin embargo, los zinacantecos mantuvieron la identidad de su propia comunidad al no vestir ni usar jamás estos artículos" (Marks, 2005:118).

³⁰ Algunas personas también llaman al *jerka* "*chuj*". El *chuj* más adelante se detalla su descripción, es diferente en elaboración y material, pero cubre la misma parte del cuerpo del hombre. Quizá por esa misma razón, algunas personas le llamen así.

Si la prenda está bordada y tejida con hilos con brillo, la complicación es mayor y elaborarlo lleva alrededor de un mes si se trabajan cinco horas diarias. Si se elabora con sedalina, un hilo delgado, necesita mucho cuidado para que el hilo no se reviente y es más laborioso.

Pero si el *jerka* está bordado con punto de cruz, uno de los más complicados y que pocas mujeres saben realizar, este tiene un costo de tres mil quinientos pesos aproximadamente y la mano de obra es por dos o tres meses aproximadamente. Este es el *jerka* por tradición y también denota estatus dentro de la población. "Es necesario desarrollar algunas reglas de equivalencias matemáticas a fin de transportarlos al telar hechos de hilos de urdidumbre y trama" (Marks, 2005:160).

Los hombres, en su mayoría reciben la *jerka* por parte de su mujer. Si ella no sabe bordar, entonces lo compra en el *ch'ivit* (mercado) de los domingos. Aquel hombre que "tiene dinero", puede tener hasta cinco *jerkas*.

Los jóvenes sólo usan la *jerka* y el pañuelo, los adultos requieren de la *jerka*, el **pañuelo**, el **sombrero** y el **morrall**. La mayoría de las personas no acumulan sus prendas, la utilizan tres o cuatro veces en ceremonias importantes y se deshacen de ella "la producción ocasional de los textiles que consumen tiempo se reserva para los eventos especiales tales como las fiestas" (Marks, 2005:116).

Por habitar en una zona fría, siempre las mujeres utilizan un suéter de manga larga (incluso con sol, ellas usan el suéter), algunas utilizan un *moxibal* (chal) que ellas mismas elaboran con colores vivos y diseño de flores. De él siempre colgarán dos borlas de hilo cuando menos.



Foto 58: Magaly Vázquez con traje de Zinacantán. El *moxibal* es la prenda rosa que está bordada a mano con flores multicolores y la protege del frío. Zinacantán, Chiapas; Agosto, 2013.

Calzan zapatos, **sandalias**, chanclas sencillas según su gusto, siempre varía. El cabello la mayoría de veces lo traerán en una **trenza**, dos trenzas o una cola de caballo con copete. La nahua, mejor conocida como **zetik** tendrá bordados a mano que son vistosos por su color en la parte media o en las orillas de la falda. Siempre es tejida en telar de cintura, es larga y ancha; al usarla aprietan la tela con una **shincha**, una faja ancha que las rodea la cintura dos o tres vueltas y que varía en colores. También es tejida³¹ y bordada por ellas.

Las blusas son diferentes en material, van desde el algodón, seda o satín pero siempre son combinadas con hilos de colores muy vivos. "La forma cuadrada se deriva de las tradiciones del arte textil maya, según las cuales se evita cortar la tela tejida" (Marks,2005:102). En sí, son cuatro piezas importantes que las mujeres utilizan, con estas prendas es fácil distinguir que pertenecen a Zinacantán o a alguna de sus comunidades o ejidos: la *shincha* (faja), la blusa, el *moxibal* (chal) y la *zetik* (falda).

Las personas procuran cada tres fiestas comprarse ropa. María Flor López, señala que "no pueden repetir porque la gente ya se las habrá visto muchas veces".

³¹ La tela para la falda también la venden, sin embargo prefieren hacerla, es tradición de ellas diseñar sus prendas a su gusto.



Foto 59.-Juana Pérez Hernández, María Flor López González, María Gómez Pérez y Juana López González con trajes regionales de Zinacantán con diferentes diseños, elaborados por ellas. Zinacantán, Chiapas; Agosto, 2013.

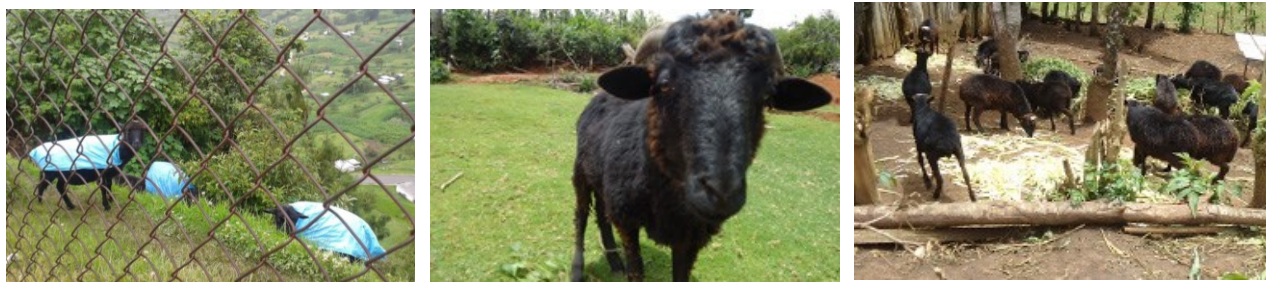
El municipio tsotsil más cercano y con la misma proyección que Zinacantán tiene en Chiapas, México y el mundo, es San Juan Chamula; municipio en donde también hablan tsotsil, pero visten de manera completamente distinta. Utilizan la lana de borrego para sus prendas y tienen diferentes santos a los que veneran.

"Blanca y negra: Lana de borrego". Indumentaria tsotsil de San Juan Chamula

A diferencia de Zinacantán en donde se utilizan hilos de diversos materiales y algodón en los tejidos, las prendas de San Juan Chamula son elaboradas con lana de borrego³²principalmente. En lo que coinciden las personas de ambos municipios es en que elaboran las prendas a mano y que hablan tsotsil.

El borrego es un animal al que cuidan para que no se enferme en temporada de lluvias y pastorean diariamente para que se alimente y crezca sano, de esa manera, cuando ya tiene la lana larga, proceden a cortarla de los borregos y a tejer cuidadosamente el hilo con el que bordarán las prendas de vestir. "En Chamula la mujer ha sido desde siempre la propietaria responsable de la producción de borregos" (Ramos, 2010: 39).

³² El borrego en algún momento se consideró como un animal sagrado en la zona Altos, no consumían su carne porque es sinónimo de ingresos económicos con por la utilidad que le dan a su lana. Sin embargo, en la actualidad, es poca la gente que lo consume. La mayoría asegura no saber cómo se prepara en guiso.



Fotografía 60: "Borreguitos con impermeable". Así los cubren para que no enfermen por las lluvias. Shucutón, San Juan Chamula; Chiapas. Agosto 2012.

Foto 61: Borrego acabado de trasquilar. Shucutón, San Juan Chamula. Agosto 2012.

Foto 62: Borreguitos alimentándose después de ser trasquilados. Shucutón, Agosto 2012.

Así es como el borrego proporciona la materia prima con la que después se realizarán las prendas de los hombres, dependiendo del color de la lana de borrego es que resulta la prenda, sólo son dos tonos, el negro y el blanco.

Las mujeres son quienes trasquilan a los borreguitos, desenredan la lana, preparan el hilo, tejen, lavan las prendas y venden lo elaborado a través de meses. El hombre colabora con la mujer en conseguir el barro especial que le colocan a la lana cuando esta se lava, con ese barro la lana no se separa.



Foto 63: Barro especial para lavar la lana próxima a tejer. Shucutón, Agosto 2012.

Después de ver el proceso de cómo forman los hilos para bordar y realizar sus creaciones diversas, es momento de detallar las prendas que utilizan los hombres y las mujeres.



Fotografía 64: Niña derenreda la lana que acaba de quitársele al borrego. Se observa que en el canasto la lana está espesa y sin forma. San Juan Chamula, Agosto, 2012.

Fotografía 65: "Peinan" la lana para dejarla más suelta con dos especies de peines con dientes de hierro. Se requiere de fuerza en las manos porque es complicado. San Juan Chamula, Agosto, 2012.



Fotografía 66: La lana ha sido derenredada. San Juan Chamula, Agosto, 2012.

Fotografía 67: Toman una punta de lana y empiezan a dar forma al hilo. San Juan Chamula, Agosto, 2012.

Fotografía 68: Lo enrollan en una base en donde se quedará toda la lana. San Juan Chamula, Agosto, 2012.



Fotografía 69: Mujeres trabajan en textiles. Una empieza con el proceso del telar y la otra enrolla el hilo, su grosor es distinto, el objetivo es una prenda más grande.
San Juan Chamula, Agosto, 2012.

Fotografía 70: Mujer en telar de cintura teje la tela para una falda.
San Juan Chamula, Agosto, 2012.

Los hombres visten el tradicional *chuj* (una especie de chaleco de lana) negro o blanco que usan por que San Juan Chamula está en la zona Altos, y siempre la temperatura es baja, esta prenda los protege del frío, además cuando llueve, esta creación artesanal no permite el paso del agua.

Los hombres aseguran que el *chuj* les proporciona calor cuando hay frío y los mantiene frescos cuando hay calor. No permite el filtro del agua, así que durante una lluvia pueden caminar y no mojarse ni enfermar. Acompañan el *chuj* con pantalón de vestir o de mezclilla, camisa blanca manga larga preferentemente (pero puede ser sustituida por una camisa manga o corta o de color), sombrero, morral, huaraches y faja (opcional) para apretar el *chuj*. Desde muy pequeños, los niños hasta los adultos mayores, usan su *chuj*.

Los hombres utilizan el *chuj* siempre, pero conservan alguno para usarlo sólo en ocasiones especiales como el carnaval del pueblo, una boda, la entrega de algún reconocimiento y otros. Lo que caracteriza al *chuj* especial es que debe estar con los pelos del borrego más largos.

Su textura es distinta y es más caro. Cada hombre de San Juan Chamula o sus comunidades tiene más de un *chuj*, el precio de cada uno oscila entre los seis mil a los diez mil pesos cada uno dependiendo de calidad de la lana.



Fotografía 71:Udelvi González con *chuj* de pelos de borrego más largos. Sinónimo de más calidad y un precio más elevado. San Juan Chamula, Agosto, 2012.



Foto 72:Javier Hernández con *chuj* negro con reconocimiento PRONATURA. San Juan Chamula, Agosto, 2012.



Foto 73: Roberto Pérez con *chuj* blanco durante su examen de doctorado. Tuxtla Gutiérrez, Abril, 2013.

El *jerkail* o *corirail*, es parecido al *chuj*, la diferencia radica en que este no cuenta con mangas y es en color blanco. Eso ayuda a que la lana de borrego repele los rayos del sol y cuente con más ventilación, por eso es utilizado para actos importantes de igual manera que el *chuj*, nada más que se procura usarlo en lugares donde el clima es soleado.

Las mujeres usan una falda conocida como *corte*, esta es tejida con hilo que proviene del pelo del borrego y que ellas realizan de forma artesanal, la mayoría de veces tendrán detalles sencillos como líneas delgadas de colores que contrastan con el color de la falda, pocas veces son muy coloridas.

La elaboración de la falda es igual de laboriosa que el *chuj* o *jerkail*; el tiempo de tejido puede ser de un mes o más tiempo. El precio de un corte (falda de lana) oscila entre los dos mil pesos hasta los ocho mil, dependiendo la calidad de la lana y del bordado.

Usan una faja de 10 a 15 centímetros de ancho para enrollarse la falda y apretarla, la anchura varía según el gusto de cada una al igual que el color. La acompañan con una blusa que en la parte superior tiene bordados y en la que siempre el satín será de colores vivos.

Para cubrirse del frío, ellas tejen un reboso hecho de lana de borrego, la mayoría utiliza un suéter sencillo de manga larga que se abotona al frente que acompañan con un chal de algodón también de colores diversos.



Foto 74: Blusa de satín bordada en el cuello a mano, corte de lana y reboso amarillo en algodón. San Juan Chamula, Agosto, 2012.

Foto 75: Reboso de lana de borrego elaborado a mano. La joven tiene puesto el suéter y su chal de algodón al cuello. San Juan Chamula, Agosto, 2012.

Foto 76: Cabello trenzado con listones de colores de una mujer tsotsil de San Juan Chamula. Agosto, 2012.

Calzan sandalias de plástico y siempre andan con el cabello recogido en una cola de caballo o en dos trenzas que acompañan con listones de colores. Actualmente puede variar el calzado que es sustituido por sandalias de tacón alto de charol o sandalias bajas de piel y otros materiales.

Las personas son diferentes en personalidad siempre, porque todos como seres humanos tenemos la cualidad de contar con un mundo subjetivo, sin embargo, siempre se pertenece a uno o más grupos con el que se identifica como individuo. En la zona Altos

sucede lo mismo, la lengua tsotsil es parte de su identidad pero incluso existen variantes en las diferentes comunidades de ambos municipios en el que predomina esa lengua.

La forma en la que visten es un elemento que los distingue, que les da identidad, que permite ubicar su pertenencia a una zona geográfica de México en Chiapas. Son personas que han integrado a su cosmovisión elementos únicos que se proyectan en su forma de vestir colorida y la manera de solidarizarse con los suyos, con los de su comunidad.

El tsotsil les permite comunicarse, pero en definitiva, la indumentaria les permite demostrar estar afiliados a un grupo de personas con distintas formas de trabajo, de tener un respeto por la naturaleza pero con diferentes santos, tener un mismo idioma pero distinta vestimenta y tener en común que son artesanas de textiles, pero con diferentes técnicas y materias primas. Ante ello debo aclarar que ser artesano significa ser una persona que realiza con alguna técnica la transformación de algún material con la mano para darle utilidad, por lo mismo, las personas de San Juan Chamula y de Zinacantán son artesanos de la bebida por excelencia para festejos; el posh, únicamente se realiza en el primer municipio mencionado, pero en el segundo también se consume. En este se le agrega sabor con fruta de temporada.

Es momento ahora de abordar con detalle el tema central de esta tesis: El posh, sus usos, producción, su significado en la zona Altos, para lo que es útil y en qué circunstancias las personas tsotsiles y tseltales lo requieren, la manera en la que se elabora de forma artesanal para luego utilizarla como la bebida por excelencia en festejos, ceremonias y rituales.

Capítulo V

Posh, una bebida tradicional y artesanal

La investigación se centra en el **posh**, los nuevos usos en los que se ha incluido esta bebida tradicional en los procesos sociales de las personas. Sin embargo esta bebida es uno de los elementos identitarios que sobresale en la zona “Altos tsotsil tselal” de Chiapas, una bebida ancestral propia de la V región socioeconómica que **se elabora** en el municipio de San Juan Chamula, en la comunidad de Cruztón³³ de forma **artesanal**.

Cruztón es el principal destilador de las más de 120 comunidades de San Juan Chamula, a la cual los indígenas tsotsiles y tseltales católicos consideran importante para la mayoría de las pautas de su vida política, medicinal, social, religiosa y gastronómica.

El posh ha sido producido en Chiapas desde la conquista española, remplazando las cervezas indígenas como la bebida de intercambio ritual, tanto en audiencias como en las transacciones matrimoniales (Lewis, 2004:112).



Fotografía 77: Tseltales de Huixtán en celebración con posh a San Miguel Arcángel, santo patrono del pueblo. Septiembre, 2013.

³³ Cruztón es un nombre en tsotsil que significa "Cruz de piedra".

Aunque en la actualidad, existan muchas personas que han involucrado la cerveza a sus ofrendas, rituales y actividades sociales y religiosas; aún el posh continúa siendo una bebida con la misma importancia que años atrás.

Las familias que han crecido siendo destiladores de posh, heredan de generación en generación el conocimiento de elaboración por medio del destilado de esta bebida con la que desde jóvenes se involucran tradicionalmente.



Fotografía 78: Niños tsotsiles de la comunidad Shucutón, municipio de San Juan Chamula; Chiapas. Abril, 2013.

En la década de 1940 y principios de la de 1950, el alcohol —especialmente el aguardiente— desempeñó un papel integral en las vidas seculares y sagradas de la mayoría de los maya tzotziles y tzeltales no protestantes, como todavía lo hace en la actualidad (Lewis, 2004: 112).

En la actualidad, desempeña un papel integral en las acciones cotidianas de las personas, permanece como un elemento importante de su cosmovisión, aunque existen factores que han intervenido para que actualmente se le otorgue **otro sentido a la bebida**.

Para comprender qué es la bebida y los usos que las personas tsotsiles le dan, se expondrá en el siguiente apartado la mayor cantidad de detalles que puedan aproximar al lector al posh y a la magnitud de su papel representativo en las poblaciones y comunidades de la zona Altos de Chiapas.

5.1. ¿Qué es el posh?

El posh es una bebida con 40% grados de alcohol -puede variar en menos o más grados depende del gusto de las personas que lo encargan o que lo destilan y del azúcar que le coloquen al fermento- que se produce en las comunidades del municipio de **San Juan Chamula**, Chiapas. Romerillo es una de ellas, pero la principal es Cruztón.

Cruztón es una pequeña comunidad que colinda con Larráinzar, Chenalhó, Mitontic, Tenejapa, Zinacantán, Ixtapa y está ubicada a 15 minutos de San Cristóbal de Las Casas, la cabecera regional de la quinta zona socioeconómica en el Estado.

Originalmente, el nombre de esta bebida sagrada se escribe *pox* con “x” porque según información de personas tsotsiles y tseltales recibida a través de entrevistas, en el abecedario de su lengua no existe la “sh”, pero en castellano se escribe posh.

En diferentes municipios de la zona Altos la bebida es conocida con muchos nombres entre los que destaca *pixcul* (pishcul), *nich*, *cruztón* (en referencia a la comunidad que lo elabora), *aguardiente*, *tsi* (“chucho” en tsotsil), *agua fría*, *trago del fuerte*, *agua de las despreocupaciones*, *sangre de la comunidad*, *rocío de los dioses*, entre otras denominaciones más.



Foto 79: Posh, bebida tradicional de la Zona "Altos tsotsil- tseltal". Tenejapa, Chiapas. Febrero, 2013.

En Zinacantán, durante entrevistas informales, los habitantes aseguran no conocer la bebida con otro nombre que no sea **trago** y **posh**³⁴, no hay más sinónimos, ni siquiera aguardiente; este último término se acuña -aseguran- únicamente para explicarle a las personas foráneas y para que lo vinculen con que es alcohol.

Los pueblos tsotsiles y tseltales de Chiapas respetan a la madre naturaleza como la dadora de energía y a su Dios como el dador del espíritu, su cosmovisión se rige a través de prácticas culturales, sociales, ideológicas que representan en celebraciones y fiestas además de eventos religiosos y políticos en el que siempre destaca el posh como la bebida por excelencia.

La bebida está presente en fiestas (**bautizos, XV años, bodas, cumpleaños, ceremonias de graduación**, etc.), en celebraciones (**día de muertos, fiestas patronales, carnaval, 15 de septiembre**, etc.), en tristezas (**velar o enterrar** a alguien) y para solicitar favores (**préstamo de dinero, pedida de mano, solicitud para ejercer un cargo religioso, solicitud para ser madrina o padrino en una fiesta**, etc.).

Así también en **rituales** (el curandero, médico tradicional, *i'lol* o mayordomo lo utilizan para rezos, las mujeres lo usan para que la comida alcance, no se queme o que el demonio no la toque, para el mal de ojo, espanto, alejar a los malos espíritus, quitarse el mal aire, etc).



Foto 80: Agradecimiento con posh, durante un ritual, a la madre tierra. Tuxtla Gutiérrez; Chiapas. Marzo, 2013.

³⁴En toda la investigación me referiré a la bebida como posh con "sh". Sólo en los apartados en los que transcriba lo dicho por mis entrevistados tsotsiles respetaré la forma en la que ellos lo escriben.

También utilizan el posh en la medicina casera de forma cutánea para la curación, desinfección y cicatrización de heridas; lo utilizan para masajear las partes del cuerpo en donde se presenten reumas o dolores musculares; lo ingieren solo o combinado con hierbas calientes para dolores estomacales, de cabeza, cólicos, tos, frialdades y gripa.

El posh ingerido como medicina es efectivo, aseguran los habitantes de Zinacantán al que denominan *poxil*, sin embargo, en exceso por su alto contenido en grados de alcohol, es nocivo para la salud por su daño al cuerpo. Además de que las personas corren el riesgo de ser alcohólicas -señalan-.

En la misma encuesta realizada en Zinacantán, se les preguntó a las personas ¿qué significa el posh para ti?, una mujer de 18 años respondió "el posh significa medicina porque cura enfermedades, pero si lo consumes a diario también te hace mal porque daña nuestro organismo".

La mayoría de veces las personas también lo usan para consumo ocasional en casa al recibir a sus invitados o cuando ellos son los que visitan a algún amigo o familiar; en pocas palabras, el posh es la bebida que estará presente para **compartir** penas o alegrías.

Por cuestiones tradicionales de generaciones anteriores, esta bebida ha sido insertada dentro de las prácticas cotidianas que rigen la vida de los habitantes de las comunidades, principalmente de los **católicos** quienes en su mayoría son los que utilizan la bebida con las finalidades antes mencionadas.

El **posh**, es un elemento que junto con los **cerros**, las **cuevas**, los **manantiales**, los **santos**, las **iglesias**, los **ríos**, los **lagos**, las **pedras**, los **lugares encantados**, las **cruces** -o lugares donde hayan cruces-, son considerados como **sagrados** dentro de la población indígena.

El calificativo sagrado en esa zona, las personas se lo otorgan a aquello que es digno de respeto, es benefactor con todos, es bendito porque las personas han recibido buenas obras en él, es importante por algún aspecto a destacar, algo que todos cuidan, que no debe modificarse y al que se le debe reverencia.



Fotografía 81: Cruces sagradas en la zona "Altos tsotsil- tseltal". La mayoría de veces, al lado de un lago, río, laguna o poza habrán cruces porque es un lugar sagrado. Consideran al agua como un portal. San Juan Chamula; Chiapas, Enero 2013.

En una encuesta realizada acerca de la importancia de la palabra "sagrado", un hombre de 21 años de la cabecera municipal respondió: "Para mí sagrado es como mi lengua, sin mi lengua no puedo hablar, por eso la cuido, y todo lo que sea sagrado es muy importante".

Todo evento que sea considerado importante o trascendental en la vida para algún sujeto tsotsil o tseltal, será acompañado con posh. **Lo ideal son tres copas**, hasta ese momento el posh es sinónimo -según habitantes entrevistados- de **curación**, de **sanación**, de **fe** y también de **ofrenda**.

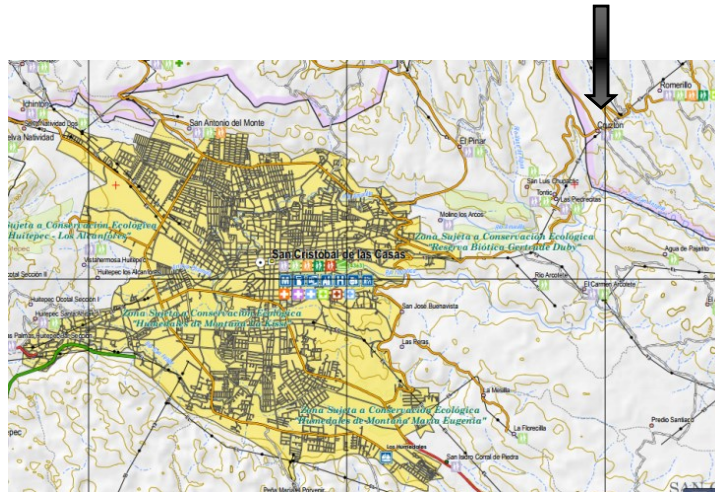
Esta bebida es propia de los indígenas de la zona Altos, ellos la elaboran de manera artesanal con recetas que no necesitan cantidades exactas de ingredientes porque han heredado esa técnica de generación en generación. El posh es una bebida tsotsil y tseltal, en Cruztón está la población que la produce pero no todas las personas de esa comunidad lo realizan, aunque la mayoría cuentan con una fábrica, destilería, alambique o familiar que "hace trago" en la cercanía a su hogar.

Las personas católicas utilizan esta bebida en la mayoría de sus actividades de gran relevancia ideológica, la ofrecen como ofrenda ante sus imágenes o patronos del pueblo, en el caso de Zinacantán, a San Lorenzo y a San Sebastián.

Casi todos los habitantes tienen uno, dos o más litros en casa por si lo necesitan "de urgencia" para solicitar un favor, para alguna curación o recibir a algún invitado. Los que

no son católicos y practican otra religión como la pentecostal, cristiana, bautista, testigo de Jehová, musulmán u otra, no coinciden con esa manera de pensar³⁵.

Mapa 2: Ubicación de Cruztón, principal comunidad productora de posh.



Fuente: Archivo Gobierno del Estado de Chiapas 2012.

El presidente municipal, como autoridad del pueblo, también participa dentro de las actividades religiosas, sociales, rituales, medicinales del pueblo, es un hombre que al beber posh, reafirma la autoridad que tiene.

Dentro del uso ritual, las personas también utilizan el posh, hacen diferentes actividades con ella tanto en lo gastronómico, espiritual y la ofrecen a la naturaleza en forma de ofrenda. A simple vista, el posh es como el agua, así de cristalina y transparente. El olor es lo que identifica su alta cantidad en alcohol, es fuerte.

³⁵ Detallaremos la información encontrada en el trabajo de campo en el capítulo de análisis de resultados.



Fotografía 82: Poah en envase reciclado. Muy común su presentación en botellas en las que antes hubo refrescos. Tenejapa, Chiapas. Febrero, 2013.

Una vez que han sido explicada la cosmovisión sagrada de las personas con referencia al poah, la forma en cómo la valoran e integran a su vida cotidiana, ahora es momento de conocer el proceso de realización de esta bebida tradicional de nuestra comunidad de estudio.

Proceso de realización: Destilado

A través de las fábricas de poah, alambiques o destiladoras es que las personas de Cruztón elaboran la bebida, las cuales la mayoría de veces están cercanas a alguna vertientes, laguna o río. En la zona Altos es muy común que existan nacimientos de agua que están temporalmente y luego desaparecen u otras más que aunque pequeñas permanecen.

El agua es un factor indispensable en las fábricas de poah ya que debe ser constante además que es fría lo cual ayuda en el contraste de temperaturas para el proceso de destilado. Las personas a través de mangueras elaboran un canal para que el agua directamente de la vertiente de la laguna o el nacimiento de agua cercano a la fábrica pase a los tambos calientes.



Fotografía 83: Nacimiento de agua natural, algunos permanecen, otros desaparecen, pero siempre surgen. Cruztón, San Juan Chamula; Chiapas, Julio 2014.

Fotografía 84: Del arroyo, laguna, canal, poza o nacimiento de agua, a través de un sistema de tubería realizado por ellos mismos, "jalan" el agua hacia sus destiladoras. Ahí se ve como llega al tambo por donde atraviesa el tubo de cobre que contiene el vapor caliente del fermento. Cruztón, San Juan Chamula; Chiapas, Julio 2014.

Alambique, destiladora o fábrica de posh

Lewis (2004) señala que desde la conquista española es que el posh se produce en Chiapas. Una fábrica de posh se caracteriza por estar en una casa pequeña con techo de lámina rodeada de madera de costera (retablos cortados con machete sin un fin estético), ahí el aire corre libremente porque el humo que suelta la leña al quemarse.



Fotografía 85: Las láminas que se perciben, son los techos de algunas destiladoras de posh. Cruztón, San Juan Chamula, Chiapas. Julio, 2014.

Fotografía 86: Algunas destiladoras se confunden con casas, porque tienen la misma fachada. Algunas, están escondidas de la superficie. En la fotografía sólo se percibe el techo y la foto fue tomada de cerca, para llegar a ella se bajan alrededor de 20 metros. Cruztón, San Juan Chamula, Chiapas. Julio, 2014.

Esta bebida se realiza a partir del proceso de **destilado** en el cual las personas tsotsiles colocan dentro de una **tina** de material galvanizado (comúnmente utilizadas para hervir agua, cocinar grandes cantidades de comida y darse baños de asiento), un listado de ingredientes como panela o azúcar morena, salvado y agua. En ocasiones utilizan cebada o maíz tostado para que se fermente más rápido.

Por dentro, la tina está marcada con líneas que determinan la cantidad de posh que desean producir. Ya con el conocimiento de la práctica, ellos sólo calculan la cantidad de cada ingrediente de manera empírica, no cuentan con ningún recetario o medidas exactas, las personas mayores recibieron el conocimiento de forma oral y lo corroboraron con la práctica.

En otras fábricas utilizan las "pipas", estos son recipientes grandes de madera con capacidad para 120 litros de fermento de los ingredientes del posh. Las pipas son hechas por los carpinteros locales o por los familiares de los que tienen una destiladora.

Primero se echa el salvado en una "pipa" (el salvado del que comen los animales), se colocan 12 cubetas de agua, tres atados de panela y azúcar. Un costal de 50 kg de azúcar rinde para 3 ánforas de posh. (Salvador Gómez Gómez, destilador de posh, Cruztón, Chiapas).

La mayoría de personas mayores no saben escribir y todos han recibido la información a través de la palabra y del ejemplo; ellos de esa manera se lo inculcaron a las nuevas generaciones, debido a que la mayoría tampoco sabía escribir.

La panela conocida como atado dulce o piloncillo, se sustituye por la caña de azúcar en la preparación debido a que después de un proceso en el que exprimen la caña, le sacan la miel y el jugo, que es la esencia de la panela.

Pujiltic, en el municipio de Venustiano Carranza, es el principal ingenio de caña de azúcar en el estado de Chiapas, las personas productoras de caña (cañeros) son de las comunidades y de la cabecera municipal de Socoltenango y Venustiano Carranza. Tzimol, se ubica a una hora aproximadamente de Pujiltic, es un municipio en donde las personas producen la panela a mayoreo.

La cantidad de alcohol del posh depende de la cantidad de panela o azúcar que se le coloque al fermento:

Del azúcar depende que esté cargado o no el posh. De un bulto de azúcar sale para tres garrafones, a cada garrafón se le echan dos atados de panela pero que esté buena, cada atado tiene dos, así que lleva seis; si le echa más sale más fuerte. El azúcar de Guatemala y de Huixtla tiene menos dulce, el de Pujilic tiene más y por eso sale más fuerte el trago. Cuando está barata la panela compramos pura panela, para un garrafón (20 lts.) se lleva seis atados de panela. El posh de panela es bueno para los diabéticos. Una copita de nich todos los días ayuda al cuerpo. Nos encargan mucho posh de panela y lo hacemos por pedido. (Salvador Gómez Gómez, destilador de posh, Cruztón, Chiapas).

La manera en la que la caña de azúcar es cultivada importa en el posh. Se considera **posh orgánico** cuando la caña no fue cultivada con fertilizantes; las personas zinacantecas señalan que al siguiente día amanecen bien sin importar la cantidad que hayan consumido.

Cuando la caña ha sido cultivada con fertilizantes para su "mejor" desarrollo, entonces las personas amanecen con algún síntoma del cuerpo como el dolor de estómago, de cabeza, náuseas, vómito y cruda. También aseguran que la bebida puede causar adicción además de severos daños al cuerpo si no es orgánico.

Bueno, pero al continuar con el modo de preparación, los ingredientes agua, azúcar, panela y salvado, se dejan reposar una semana para conseguir que se fermente el contenido, cubren con *naylon* la parte superior de la tina o pipa con una especie de plástico transparente que venden por metro en las tiendas de plástico en San Cristóbal de Las Casas –ciudad que se ubica a 15 minutos de Cruztón-.

Una vez que están en el proceso de fermentación, todos los días se mueve el contenido con una pala para que se mezcle bien y el azúcar no repose. El salvado suena como si hirviera y se ve como saca burbujas en su consistencia.

Posterior a los ocho días del reposo de los ingredientes en fermentación, se forma una especie de nata (capa espesa que forma la mezcla en la parte superior del recipiente)

amarilla conocida como **chicha**, ellos lo conocen como la “**capa madre**” asegura Diego Gómez Castellanos, fabricante de posh del municipio de Cruztón de San Juan Chamula.

Después, el contenido de la tina o de la pipa se coloca dentro de un tambo tapado sobre la leña para que hierva. El vapor que sale del tambo por la alta temperatura, atraviesa por el conducto de plástico (poliducto es el nombre comercial), que contiene el vapor de lo que hierve.

Una vez fermentado, se saca con cubetas número 12 de un tambo a otro. Son 9 cubetas las que llenan un tambo de 200 litros que ya está sobre la lumbre y que tiene una tapa pequeña por la cual se coloca la bebida fermentada. Una hora debe de encender la leña y en dos horas más se destilan los primeros 20 litros de posh. Son tres horas en total para destilar 20 litros”.

Al atravesar por los botes de 200 litros cada uno, que son adquiridos en las ferreterías y los cuales contienen agua fría, se genera el proceso de destilado porque la temperatura baja al contrastar con la caliente y convierte al vapor en líquido. Al final de la manguera, las personas colocan una garrafa de 20 litros u otro recipiente en espera de las gotas de posh para después comercializarlo en ella.

El **nich posh**, es el **primer vapor**, la mayoría de veces se hierva dos veces para que esté más cargado. Si la chicha no está fermentada al hervirla no sale el trago, sale chicha porque sube toda la espuma, pasa por el conducto y no se enfría. Otra cosa, si la chicha si está fermentada pero la panela no sirve, sale chicha, es café y no es posh. Cuando está bien, sólo el vapor sube, pero si sale chicha se fermenta y se vuelve a coser. (Salvador Gómez Gómez, productor de posh, Cruztón, Chiapas).

A continuación explico, con apoyo de las fotografías, el **proceso de elaboración del posh en las destiladoras**, fábricas o alambiques.



Fotografía 87: Tercio de leña para encender el fuego que cocerá el fermento. Cruztón, San Juan Chamula. Julio 2013.

Fotografía 88: Panela, también conocido como atado dulce o dulce de panela. Junto con el salvado y el agua, son los ingredientes del posh. Puede sustituirse por el azúcar, depende del productor. Cruztón, San Juan Chamula. Julio 2013.

Fotografía 89: Garragas de plástico con capacidad de 20 litros para conservar el posh y cubetas para sacar el posh de las pipas al tambo sobre la lumbré donde hervirán los ingredientes fermentados. Cruztón, San Juan Chamula. Julio 2013.



Fotografía 90: Pipa de madera con capacidad para 120 litros. Algunas veces son elaborados por carpinteros locales. Cruztón, San Juan Chamula; Chiapas. Julio, 2013.

Fotografía 91: Salvado, agua, atado de panela dentro de una pipa con una semana de fermentación. Cuando uno está cerca se escucha el sonido de cómo hierve y burbujea. En la foto se pueden apreciar las burbujas. Cruztón, San Juan Chamula; Chiapas. Julio, 2013.

Fotografía 92: Para que no se asienten los ingredientes, procuran moverlo dos o tres veces a la semana durante su fermentación. Cruztón, San Juan Chamula; Chiapas. Julio, 2013.



Fotografía 93: Se cubre bien la pipa para que no se metan insectos y se fermente durante una semana (o más) la preparación. Cruztón, San Juan Chamula; Chiapas. Julio, 2013.

Fotografía 94: Una vez que el contenido se fermentó en la pipa, con el apoyo de cubetas se traslada a un tambo que sólo tiene el orificio por el cual se introduce el contenido. Está sellado para que la evaporización se realice efectivamente. Se logra ver el conducto de cobre. Recordemos que este atraviesa por botes con agua fría y en su interior atraviesa el vapor con alto contenido en alcohol, por eso es que se consigue el proceso de destilado. Cruztón, San Juan Chamula; Chiapas. Julio, 2013.

Fotografía 95: Con apoyo de una vara el productor mide el contenido de la preparación dentro del bote cerrado. De esa manera puede monitorear cuánto queda en el bote durante su evaporización. Cruztón, San Juan Chamula; Chiapas. Julio, 2013.



Fotografía 96: Los ingredientes hierven sobre la lumbre. En una hora enciende bien la leña y en dos más se destilan los primeros 20 litros de posh. Cruztón, San Juan Chamula; Chiapas. Julio, 2013.

Fotografía 97: Después de las primeras tres horas, caen las primeras gotas de posh conocidas como *nich posh*. Cruztón, San Juan Chamula; Chiapas. Julio, 2013.

Fotografía 98: Después de superar la línea que marca la fotografía, se considera la segunda destilada de posh. Es el que la mayoría de personas consume. Cruztón, San Juan Chamula; Chiapas. Julio, 2013.



Fotografía 99: El nich posh es amarillo ámbar, pero en el resto del destilado, el olor es lo que distingue al posh. Cruztón, San Juan Chamula; Chiapas. Julio, 2013.

Fotografía 100: El posh está listo para ser probado. Cruztón, San Juan Chamula; Chiapas. Julio, 2013.

Fotografía 101: Letreros de "venta de pox", "Se vende trago", "Se vende posh" como la foto de la casa, abundan en la orilla de la carretera que dirige a San Cristóbal. Cruztón, San Juan Chamula; Chiapas. Julio, 2013.

Salvador Gómez, asegura que cambia cada mes el salvado de la pipa y que lo utiliza alrededor de unas 8 veces en total. Una vez que el salvado ya no sirve, lo tiran al río porque alguna vez intentaron usarla como abono pero "a las plantas no les gustó"³⁶ dice él.

Con información de doña Rosy adquirida a través de entrevistas cualitativas, ella asegura que sus abuelos producían posh en un rancho cercano a Simojovel; y así como ahí, en contadas partes de Chiapas hay personas que también producen la bebida.

Doña Rosy asegura que hace años, la técnica que sus abuelos usaban para obtener el jugo de la caña era a través del trapichi, una especie de licuadora de madera en donde en el lomo de un caballo amarraban un palo, este giraba cuando el caballo caminaba por el derredor y trituraba las cañas que debían estar moradas y gruesas, o sea maduras.

Después ellos colocaban el líquido de caña sobre un perol (un traste grande) y ahí realizaban el posh; como dato especial, ella detalla que una vez que usaban el perol, **no**

³⁶ El salvado las marchitó.

lavaban el recipiente, sólo procuraban dejarlo tapado para que no se colaran animales ni moscos pequeños.

El objetivo de que el perol no se lavara tiene la intención de que la bebida fermentara pronto, ya que si el recipiente era nuevo, la fermentación duraba mes y medio aproximadamente, al no lavarlo el fermento quedaba en quince días a la perfección para el posh -señala-.

Diego Gómez Castellanos, actual destilador de posh de Cruztón, heredó no solo la receta de sus papás que destilaron posh muchos años, sino también la destiladora; durante una entrevista aseguró lo mismo, "es una forma natural de fermento".

Él a los 20 años aprendió a destilar el posh con sólo observar cómo lo hacía su mamá, hoy tiene 65 años de edad y 45 destilando el posh. Recuerda junto con su hijo que en alguna ocasión se les quemó una fábrica porque antes eran de techo de palma, lo cual sirvió de conductor para que pronto se incendiara.

Doña Rosy señala que de una caña promedio sale un litro de posh -si está gruesa-; si está delgada "se obtiene cuando mucho un cuarto de litro". Para que sea ideal para el posh, la caña debe ser maciza y con mucho jugo. Si no es maciza, el jugo de caña se "corta" (su consistencia no es homogénea) y no sirve el posh. "Cuando el jugo de la caña pasa a ser de un color verde transparente a un color amarillo espumoso, es porque está en su punto ideal de fermentación, listo para hervir y destilar".

Los abuelos de doña Rosy, después de exprimir bien las cañas, obtenían un bagazo que utilizaban en tiempo de sequía como alimento para caballos. "La caña elegante era para el posh y la sencilla era para la panela" dice doña Rosy Ruiz.

Clases de posh

Cuando el posh llega destilado a la anfora o recipiente que lo recibe en el proceso final es donde empieza la división de clases de posh. El **nich posh** de primera es más concentrado y caliente ya que son las primeras gotas destiladas dentro de la primera hora. Su color es

amarillo ámbar, poco menos que el tequila. Su precio oscila entre los 70 y 80 pesos el litro y como diría Salvador Gómez, "el nich posh es el primer vapor de la destilada".

El posh de segunda es el que la mayoría de personas consumen, el precio varía entre los 12 y 20 pesos por litro, es transparente como el agua pura. Su sabor es distinto, cargado de alcohol, pero no como las primeras gotas destiladas porque ya se ha enfriado y mezclado con el resto de la ánfora de 20 litros.

El posh de tercera es rebajado con mucha agua, por que limpian las paredes del recipiente con ello y el resultado es más agua que alcohol. El posh de cuarta es muy suave y le dan otros usos. Entre ellos, algunos para hacer curaciones o bañar a los caballos para que no se le pegaran insectos o garrapatas, en algunos casos.

El posh de tercera y segunda es denominado **aguardiente** por algunas personas -no en el caso de Zinacantán en donde lo llaman "**trago rebajado**". El posh de calidad es el de primera y el de segunda; el de tercera y cuarta no se consume en las fiestas de la población de estudio, a diferencia de otros municipios tseltales como Tenejapa en donde es normal que combinen alcohol con agua.

El nich de primera es lo que se destila la primera hora, el de segunda es el trago normal. El de tercera es el que ya casi no tiene alcohol, lo último del posh le dicen "cuarta", lo venden en la orilla de la carretera. El posh de cuarta lo venden por vender, porque es más barato, nosotros no lo vendemos, el litro estaba hace ya un rato en 2 pesos. Ese ya no pica³⁷ ya está rebajado con agua. Cuando sale bajo el trago (bajo en alcohol), lo mezclamos con nich para que se normalice. (Salvador Gómez Gómez, destilador de posh, Cruztón, Chiapas).

En Tenejapa, es correcto dentro de sus festividades, principalmente en el carnaval en donde la festividad es por trece días, que los tenejapanecos beban el "**posh cuarteado**", "se coloca un cuarto de posh con tres cuartos de agua por litro" señaló don Miguel Sántiz, músico tradicional de Tenejapa, Chiapas.

³⁷ Cuando el posh se bebe, da una sensación de ardor y picor por su alto contenido de alcohol.



Fotografía 102: Botella de poah cuarteada con agua. Tenejapa, Chiapas; Febrero, 2013.

Los últimos dos días de fiesta son los más importantes de todo el carnaval cuenta Pedro Sántiz, tesista de la Universidad Intercultural de Chiapas originario de ahí “porque de acá hasta el siguiente año”, y por ello sólo en los últimos días beben el poah sin rebajarlo y hasta que el "cuerpo aguante"³⁸.

Por el contrario, los zinacantecos consideran que no debe rebajarse el poah con agua porque dañansu estómago, creen fielmente que la bebida debe de ser consumida con su nivel idóneo de alcohol, 35 grados para arriba. Aseguran que es una bebida caliente por su alto contenido de alcohol que al ser combinado con agua les provoca descomposición estomacal (diarrea).

Uno de los aspectos que caracterizan a las fábricas de poah es que los botes que siempre están sobre la lumbre que contienen los ingredientes del poah, la mayoría de veces están con gruesos niveles de tizne.

³⁸Frase que se utiliza para decir que no importa la medida del consumo, hasta que el cuerpo les haga saber que ya no pueden beber más.

El hollín por la combustión de la leña los mancha en color negro y crea capas de material tóxico. Los productores de posh no lavan los botes porque una vez que los llenan de agua no los mueven nunca más debido al peso que contienen.



Fotografía 103.-Tizne por el humo de leña. Cruztón, San Juan Chamula; Chiapas. Julio, 2013.

Salvador Gómez en entrevista, aseguró que la producción que su papá tuvo muchos años atrás con el posh era grande y que habían buenas ganancias a diferencia de estas fechas en el que las ganancias no son altas además señala que le han informado que en Amatenango del Valle existe una fábrica de posh, pero hasta curioso se muestra cuando dice que "tal vez es diferente el sabor", sin embargo eso no le preocupa:

A veces entregábamos 15 garrafones de 20 litros, 300 litros en total. Antes en Huixtán se entregaban 12 tambos de 200 litros, 2400 litros semanales. A Yajalón se llevaban 20 tambos semanales, al día trabajábamos con cinco quemadores. Un quemador puede sacar tres garrafones al día porque lleva tres horas en destilarse, aunque lleva más tiempo en lo que se saca la chicha y más cosas que se hacen, si se empieza a las 4 de la mañana se termina a las 8 de la noche. Uno siempre anda con la ropa manchada de chicha. Antes por tambo (de 200 litros), eran 500 pesos libres de ganancia, unos 1500 diarios libres, ahora son como 200 pesos, porque el costal de azúcar está como en 400 y en tres tareas de leñas son unos 700 pesos, es muy poco para todo el día trabajado. Pero mi papá sabe juntar su dinero y sabe ahorrar, yo no. (Salvador Gómez, destilador de posh, Cruztón, Chiapas).

Doña Rosy es una mujer que creció con el conocimiento heredado por medio de la práctica de la elaboración del posh, sin embargo, a pesar de que dentro de Zinacantán hay una laguna que podría abastecer una destiladora de posh, ella no produce la bebida: "Acá en Zinacantán está prohibido por el gobierno hacer posh. Lo consumimos pero no podemos hacerlo".

Esa respuesta me orilló a buscar alguna ley que lo prohibiera en el municipio, pero después de indagar por las redes de internet, algunas tesis y libros con relación al posh en las bibliotecas de centros de investigación en San Cristóbal de Las Casas, encontré lo que a continuación detallo.

5.2. Monopolio de alcohol en Chiapas

Anteriormente, el rubro económico fue fundamental para delimitar el uso de las destilerías, alambiques o fábricas de posh a determinadas personas en la entidad chiapaneca; así lo señala Lewis (2004) en "*La guerra del posh*".

En los años 1930, la producción del aguardiente en Chiapas era un asunto normal³⁹ en el que las familias lo producían por gusto y además obtenían un ingreso económico por su venta, aunque como en todo, la competencia existía con fines poco profesionales y a continuación la explicación detallada.

En 1940 tres productores de posh en Chiapas consolidaron una fortuna económica con la producción de aguardiente y alcohol en la zona Altos del Estado. La historia brinda tres nombres: **Moctezuma** y **Hernán Pedrero** que iniciaron en **1920** con la venta del posh en Tapachula, de puerta en puerta de forma ambulante.

Veinte años después, en 1940, forman junto con **Jaime H. Coello** el monopolio del posh que les permitió dominar el área que más posh consume a la fecha.

Los Pedrero siempre tuvieron dos alambiques: uno registrado y legal, operaba ocho horas diarias y producía la cantidad legal de 24 garrafones

³⁹ Está la palabra normal entre comillado, porque era común que las personas destilaran la bebida sin ningún problema legal ni político.

diarios; el otro clandestino, operaba día y noche, y producía 72 garrafones diarios (Lewis, 2004: 116).

“**Aguardientes de Chiapas**” es el nombre de la empresa que conformaron los hermanos Pedrero y Coello, con ella acapararon todo el territorio del alcohol y podían oficialmente comprar y vender. La más famosa de sus destilerías se llamaba “Bonampak” y contaban con varias a su servicio.

Posteriormente abrieron "**Distribuidora Aragón y la Sociedad Nacional de Productores de Alcohol**", fue la segunda operadora de alcohol más importante registrada bajo el nombre de un subordinado solo por apariencias. Las dos empresas consiguieron en seis años trascender, además negociaron con los cañeros chiapanecos que sólo a ellos se les vendiera la materia prima del posh, la panela, para que ellos únicamente pudieran vender la bebida.

En diciembre de 1952, los hermanos Pedrero se hicieron cargo de la anteriormente independiente **Sociedad Cooperativa de Productores de Panela y Elaboración de Aguardiente (SCPPEA)** y compraron sus propios cañaverales. Para 1954, Aguardientes de Chiapas controlaba 915 cantinas y 22 de las 29 bodegas de distribución de alcohol del estado (Lewis, 2004: 117).

Tiempo después, Coello abandonó el proyecto y dejó a los Pedrero como los únicos que controlaban el alcohol en Tenejapa, San Cristóbal de Las Casas, Chamula y Zinacantán, se desconocen los motivos por los cuales abandonó el proyecto pero eso apenas marcaba el inicio de su trayectoria que ambicionó poder y dinero.

Como tenían bajo total control a los productores de caña, ellos estipularon el precio en el que adquirirían la panela y el azúcar, mismo que fue cada vez más bajo. Los cañeros no tuvieron otra opción más que aceptar el precio porque eran los mayores y legalmente los compradores de su producto.

Sin embargo, los hermanos Pedrero comenzaron a comprar panela en Veracruz y a cultivarla en Pujilic ignorando así el compromiso que tenían con los de la SCPPEA quienes tenían tanta caña que no tuvieron de otra que venderla a muy bajos precios, para no perder más, principalmente a “coyotes”⁴⁰, agentes de los Pedrero.

El precio del azúcar bajó tanto localmente que unas cuantas familias de Chamula lograron costear una inversión inicial en el azúcar y construir las primeras destilerías indígenas... Para principios de la década de **1950**, **la producción clandestina chamula empezó** a hacer mella en el mercado de los monopolistas (Lewis, 2004:118).

Los precios del alcohol se dispararon porque los hermanos Pedrero eran los únicos autorizados para venderlo, por ello su tarifa no era discutible al no tener competencia -ya que todos poco a poco habían sido eliminados con estrategias sucias-.

Con lo que los hermanos Pedrero no contaron, es que como el precio del azúcar fue accesible, más personas tuvieron la oportunidad de invertir en los elementos básicos para tener una destiladora, en este caso, clandestina.

Ese mismo año, solamente ocho destilerías clandestinas fueron descubiertas y desmanteladas; apenas cinco años después, 136 destilerías fueron desmanteladas. La Comisión⁴¹ encontró que 316 de las 411 destilerías desmanteladas entre 1940 y 1953 habían sido descubiertas en comunidades indígenas relativamente aisladas. (Lewis, 2004:128).

El monopolio del alcohol tuvo mucha fuerza porque se movió políticamente para que las medidas de sanidad no los afectaran. Incluso los hermanos Pedrero pagaban a la gente que le informaba de las destilerías clandestinas **25 pesos**, que en aquel momento era mucho dinero y de esta manera desmantelaron muchas más.

Sin embargo, el tema en este apartado es conocer el porqué si en Zinacantán existen personas con el conocimiento de la elaboración del posh, la gran mayoría de sus habitantes -los católicos- la consumen, en la cabecera municipal algunos le colocan sabor y lo venden,

⁴⁰ Los coyotes eran personas enviadas por los hermanos Pedrero a conseguir más barata la panela.

⁴¹ El Instituto Nacional Indigenista (INI) y el estado formaron comisión en 1954 para resolver el problema del alcoholismo indígena en el estado.

el municipio cuenta con un ojo de agua que forma dos lagunas que se conoce como *Niov*, en ninguna de sus 61 comunidades ni en la cabecera municipal se produce posh, ¿a qué se debe?

¿Por qué Zinacantán no produce posh?

Durante una entrevista con Rosy Ruiz Solís, ella subrayó que existe una línea entre Chamula y Zinacantán en donde "todos acá en Zinacantán saben que hay un respeto en la destilación del posh porque cada quien tiene lo suyo".

La participación del gobierno es trascendental como indica Lewis (2004) en "*La guerra del posh*", ya que recordemos que él censuró la libertad de cualquier otro productor de la bebida, la autorización era sólo para los hermanos Pedrero.

Sin embargo, en **1954**, durante el festejo a San Sebastián, uno de las imágenes más importantes después de San Lorenzo (patrono del pueblo) en Zinacantán que se festeja en el mes de enero de ese año, los zinacantecos fueron sorprendidos con grandes cantidades de alcohol vendido de forma clandestina.

En párrafos anteriores se mencionó que los hermanos Pedrero pagaban porque se les notificara de fábricas clandestinas y también de festejos en donde existiera posh que ellos, los Pedrero, no hubieran vendido; el monopolio de alcohol les otorgaba ese derecho.

Ahí es donde sale a la luz un enfrentamiento en el que la historia relata a un muerto, **los zinacantecos se sintieron ofendidos y ultrajados**, debido a que buscaron en cada casa la destiladora y el alcohol vendido ilegalmente. Fue tal el enojo, que los habitantes de la población de interés, aseguraron no volver a tener relación con el posh de ninguna manera.

Los zinacantecos decidieron por su cuenta prohibir el aguardiente en su municipio con el objeto de evitar futuros conflictos con el monopolio, prometiendo beber únicamente chicha⁴². En sus palabras:[S]on... cabrones

⁴² La chicha en Tenejapa es dulce, es una especie de agua de tiempo. La preparan con panela, agua y cebada, únicamente mezclan los ingredientes y esperan a que la panela se deshaga en el lapso de un día. En un "tol" o "tecomate" (planta de la que proviene una especie de calabaza que cuando está madura cortan y quitan el relleno para que quede una jícara. Esta tiene pancita y pescuezo para poder tomar de ahí) cargan su chicha y lo sirven en un jarrito pequeño de barro. En Cruztón, municipio de San Juan Chamula, la chicha es la capa madre del posh, es lo que dejan fermentar para que después de ocho días hierva y sea destilado. En Tenejapa a pesar de llamarse igual, son dos bebidas diferentes.

que siempre nos están chingando, [re]gistran a nuestras mujeres para ver si no esconden aguardiente y esto nos da coraje; no queremos que esos jodidos vengan ya a Zinacantán; aquí está su trago, no lo vamos a tomar (Lewis, 2004:123).

Es por esta razón que los habitantes sólo beben el posh, pero no lo producen, el conflicto afectó su moral y su dignidad; sin embargo ahora sólo consumen la bebida sin tener la intención de destilarla. En el texto de Lewis se habla de la creación de una ley de alcohol restrictiva aprobada en 1949 mientras Francisco Grajales fue gobernador de Chiapas⁴³.

La bebida dentro de la zona Altos tiene diferentes usos, principalmente como mediador o como ofrenda. El posh también está vinculado a la comunicación, la acción que se realice el emisor con el posh tiene un significado y mensaje para el receptor. Veamos ahora la forma en la que las personas utilizan esta bebida, la manera en la que la integran a su vida en los procesos cotidianos.

5.3. Usos del posh

A lo largo de este trabajo de investigación se han señalado cinco apartados que pertenecen a la cosmovisión de las personas tsotsiles y tseltales con relación al posh: **Político, religioso, medicinal, ritual y social.**

La bebida se sirve siempre en un vaso pequeño denominado *cruz pis*, un pequeño vaso de cristal con canaletas por todo su alrededor, **antes este vaso fue veladora**, que fue ofrenda y ahora recibe a otra ofrenda: El posh.

En su primer uso, en el interior del vaso sólo hubo cera y un pábilo que una vez consumida por su uso, una vela ofrecida como ofrenda al santo; ahora es utilizada para compartir el posh; en un segundo uso, es un portador de ofrenda para los demás seres que compartan la cultura.

⁴³ Hay que señalar que nos hemos percatado de la existencia de un vacío documental respecto a que no se encontró información para profundizar en la ley de la que el autor habla. Esto destaca la importancia de la investigación acerca del tema.

El posh es un **indicador de igualdad** en las personas de la comunidad sin importar su sexo –masculino o femenino-. El posh sí **define la jerarquía**, las personas con mayor rango son los primeros que beben del *cruz pis*; pero todos, sin importar incluso edad, **beberán del mismo vasola misma cantidad**.

Sólo puede repartir posh un hombre joven, al que se supone no le deben despreciar la bebida, “porque seguro no se casa luego, se piensa ‘me devolvieron’, que lo regresan y que tiene mala suerte. Las mujeres no pueden dar trago de no ser que sea su fiesta particular con familia cercana porque ya está casada” señala Elena López, comerciante en Zinacantán.



Fotografía 104: *Cruz pis* (vasito para beber posh) que antes fue veladora con posh de canela. San Cristóbal de Las Casas, Chiapas; Agosto, 2012.

Fotografía 105: Jóvenes reparten posh. Tuxtla Gutiérrez, Chiapas; Marzo 2013.

En caso de que las personas a las que se les ofrezca posh en el festejo o celebración y estas no beban o no quieran beber; la mayoría de veces las personas van preparadas o buscan una botella o recipiente para guardar "**la porción de bendición**"⁴⁴ que les corresponde. Pueden guardar el posh pero nunca rechazarlo⁴⁵, aparte de ser considerado

⁴⁴No se les está dando tan solo aguardiente, se les está dando el pasado comunitario, la devoción por el santo, la fe, todo lo que se posee. ¿Qué pasa si el invitado rechaza esa “bendición”? No está rechazando tan solo la bebida sino todo lo que ella representa.

⁴⁵ Las personas que son originarias de los municipios o comunidades de la zona Altos tienen presente que no pueden rechazar la bebida.

como una falta de respeto, consideran de que en caso de algo salga mal en la fiesta, se intuye es por el desprecio al posh.

"En caso de que uno sea padrino o madrina en la boda, debe beber posh porque si no lo recibe, algo puede salir mal en la fiesta, incluso en el matrimonio por no haber bebido posh, eso dice la gente", menciona José Luis Hernández, originario de Zinacantán durante una entrevista abierta.

Doña Rosy Ruiz señala que: "Las personas católicas hacen todo con posh porque si no el diablo 'juega'⁴⁶ lo que estén haciendo y ya no sirve". El posh es utilizado como una especie de **protección** o de **repelentea las malas vibras** también. Conozcámos entonces como es que esta bebida guarda el mistisismo en el tema religioso.

Religioso: Festejan "la alegría" de su corazón

Son la mayoría de las personas indígenas tsotsiles y tseltales católicas quienes dedican sus peticiones y oraciones a sus imágenes, cuando es el día festivo alusivo a él, todos festejan "la alegría de su corazón" y beben tres copas de posh.

Las personas le ofrecen esta bebida a determinadas imágenes. En el caso de Zinacantán el día de "San Lorenzo", el patrono, lo festejan el 9 de agosto y es la fiesta grande, el 20 de enero festejan a San Sebastián, a la virgen de El Rosario, al Señor de Esquipulas y hasta el 15 de septiembre con posh.

La gente de Zinacantán dice que San Lorenzo (mejor conocido en el pueblo como "San Lorencito") no vive ahí, sino que vive en el cerro de *Mushulwik*, y todos los años lo van a invitar a su casa para que San Lorencito vaya a la iglesia y lo festejen "muchos antropólogos creen que las pirámides en mesoamérica simbolizan y recrean las funciones religiosas y ceremoniales de las montañas sagradas (Marks,2005: 113).

Por ello, una comitiva va a hacerle la invitación. Ellos salen del pueblo a la 1 de la mañana del 9 de agosto.

⁴⁶ Manosea o interviene.

Cada medio año los representantes del pueblo ponen velas en los cerros y le hablan a sus dioses, y ¿para qué ponen velas? Para que si hay temblores, lluvia o torrencial en San Cristóbal, acá a Zinacantán no llegue tan fuerte. De que va a llover va a llover, pero normal. Cuando se les olvida ir, y el representante no juntó a su gente para ir a dejar las velas y pasa algo, ¿a quién le echan la culpa? Pues a él. Tienen que salir a la una de la mañana y llegan a sus casas a las diez de la mañana. Todas las velas se las tienen que comprar a su médico tradicionalista y le deben dejar las velas antes de que salgan. Las velas las colocan en un canasto grande con claveles y hierbas de olor. Una persona es quien debe llevarlas durante todo el trayecto, uno lo empieza y lo termina. Las mujeres no se pueden meter cuando están rezando a las velas porque supuestamente la mujer le echa la mala suerte. No comen, llevan poca comida. Llueva, truene, relampaguee, ellos tienen que ir (María Elena Gómez, artesana del posh, Zinacantán, Chiapas).

Para ello, las personas llevan comida y posh, el posh les ayuda para que ellos beban en el camino y lleguen bien debido a que caminan muchas horas subiendo el cerro. Al amanecer, la comitiva ya debe estar en el pueblo dispuesta a festejar.

Todos los habitantes aseguran que en los días importantes "**se guardan**"⁴⁷ para esos días; la mayoría bebe durante los días de fiesta. Aseguran que los días importantes beben posh gustosos "porque no sabemos si el siguiente año estaremos vivos para festejar a los santos", señala María Elena, una mujer originaria de Zinacantán.

El posh en la zona Altos es una bebida que está permitida beber por extraños también. Lo comparten con las personas aunque no los conozcan porque es sinónimo de igualdad entre todos los que estén presentes en el festejo o celebración -sean o no de la étnia-, no hay distinción.

La mayoría de veces son de forma "obligatoria" o reglamentarias en el pueblo **tres copas de posh** las que se ofrecen a una persona, una primero, después de circular la botella por los que estén presentes, llega la segunda copa y posteriormente al mismo ofrecimiento a todos llega la tercera copa; estas simbolizan **padre, hijo y espíritu santo**.

⁴⁷ "Se guardan" es una frase que utilizan como sinónimo de esperan.

En caso de que alguna persona asista a una boda, bautizo o primera comunión, beberá de las **tres botellas** -mínimo-, que como obligación el anfitrión debe tener para ofrecer a sus invitados, que también adquieren el significado de padre, hijo y espíritu santo.

En un bautizo deben de quedar dos litros de trago en la cabeza de la mesa (donde la mesa empieza), deben dejar un traste de sal porque todos se van a la misa y la casa se va a quedar sola. Saliendo de la misa se sientan atrás de la iglesia a beber tres copas de trago, a fuerzas se las deben tomar. Cuando llega uno a la casa, debe beber otras tres copas de trago, los invitados esperan afuera, para que el niño bautizado los reciba de cabeza y le den la bendición de que ahora ya está bautizado, ya es cristiano, ya es hijo de Dios. Ya que terminó, se sientan en la mesa y se dan el saludo de compadrazgos, y para reafirmar que somos comadres, se sirve otra copa de trago. No tiene el mismo significado si no hay posh. Incluso en la iglesia están formadas las cuartitas de trago (María Flor López González, tejedora de Zinacantán, Chiapas).

Usan el posh para celebración de cargos religiosos como pasioneros, mayordomo o alferes (autoridades tradicionales), entre otros también. "Un cargo es un oficio en la jerarquía religiosa, la cual es indígena con capa exterior de catolicismo" (Marks, 2005: 73).

Son en total 61 posiciones jerárquicas organizadas en 4 niveles, los cargos son deseados por la mayoría de hombres tsotsiles, sin embargo, es necesario tener cierta cantidad de dinero ahorrada o conseguirlo "en préstamo" porque dejan de realizar sus actividades de ingreso económico cotidianas para dedicarse al cargo durante un año como mínimo. Es un compromiso propio y con el pueblo⁴⁸.

Los cargos son: dos alcaldes, cuatro regidores que cuidan del sistema de cargos y recaudan el dinero para el cura, 14 alféreces que cuidan los santos, dos músicos, 28 mayordomos y 12 mayores que realizan la labor de policías, 4 sacristanes y 2 escribanos. Cuando una persona llega a completar los cuatro niveles, adquiere gran reconocimiento social (Domínguez, 2012: 46).

⁴⁸ Algunas cosas han cambiado -no del todo-, pero ahora el ayuntamiento apoya a las personas con una parte de sus gastos.

Rincón (2007) señala que las personas descansan entre un cargo y otro, de tres a veinte años. Referente a los cuatro niveles, él detalla que:

El primero se conforma por mayordomos y mayoles; el segundo consta de las posiciones de alférez; en el tercer nivel están los regidores, y en el cuarto los alcaldes viejos. Además existen los especialistas rituales, que son los sacristanes, los músicos de los alféreces y los templos. Los sacristanes y los músicos sirven de forma semipermanente y no solo durante un años. Los templos son designados por un año, aunque pueden ocupar varias veces en su vida esa posición (Rincón, 2007:13).

Las mujeres tsotsiles participan junto con sus esposos o hijos dentro de los cargos pero lo hacen únicamente en la cocción y preparación de los alimentos durante las fiestas en las que deben participar sus esposos "son ellas las encargadas de preparar los alimentos para cuando los varones regresen de los recorridos".

Muchas mujeres en esa temporada incluso no duermen, por que se considera que algo malo puede suceder en la comida que se prepara, son grandes cantidades las que siempre deben estar a disposición de las personas con cargo, y en caso de que ellas se duerman se puede quemar o algo malo pasará.

Dentro de los usos del posh en una población indígena también destaca el ritual, en el caso de los tsotsiles realizan rituales para dar agradecimientos, solicitar favores o la intervención de seres que consideran supremos como la misma naturaleza, la tierra, dios y otros espíritus.

Ritual: Ofrenda y purificador

Los rituales han sido una serie de acciones que los individuos de diferentes civilizaciones han realizado a través de los años con diferentes fines, en ellos existe una ofrenda que siempre puede variar según el **favor, deseo, milagro, intersección** que se solicite.

En las primeras formas de sociedad, cuando la mayoría de los individuos vivían de la tierra y dependían de ella para su subsistencia, la experiencia del paso del tiempo estaba íntimamente conectada con los ritmos naturales

de las estaciones y los ciclos de nacimiento y muerte (Thompson, 1998: 58).

El posh, es una bebida con más de 35 grados de alcohol, las bebidas alcohólicas han estado presente en la vida de los seres humanos desde muchos siglos atrás.

La mayoría de las religiones, como el budismo, islamismo, etc., menosprecian el alcohol. El vino sólo logró un alto respeto en la religión judía, utilizándolo en ceremonias sociales. **El cristianismo lo elevó a sangre de Cristo.** (Alcohol-historia, 2009).

Sin embargo, existen estudios en la zona Altos que reflejan el número de personas que sobrepasa el número de copas (tres: Padre, hijo y espíritu santo) de posh permitidas dentro de la cosmovisión indígena y se emborracha. El problema radica cuando es consecutivamente y se convierte en una persona alcohólica.

Los creyentes, diferentes a la religión católica, consideran que la mayoría de veces el alcohol ha sido observado como **dañino** y un elemento **mundano** en las personas que lo consumen "el posh es alcohol y es dañino para el cuerpo, destruye hogares porque pierde a las personas" (Antonio Sántiz, tsotsil de Zinacantán, cristiano).



Fotografía 106: Presidente municipal de Huixtán, Chiapas con una botella de posh en la mano durante el ritual de agradecimiento a la naturaleza por un año más en el festejo de San Miguel Arcángel.

Son muchas las personas que hacen sus rituales en los que siempre tienen una copa o botella de posh con ese fin; algunas veces le dedican una copa de *tsi* a la tierra o la madre naturaleza.

En la oración se le solicita más salud, eliminar malas energías, pedir que la tierra sea fértil, pedir por la salud de uno o de su familia, agradecer las bendiciones que nos ha dado, agradecer por la salud o alguna alegría que tenga en el corazón (Juan Hernández, conductor de taxi Zinacantán- San Cristóbal).

También agradecen por las bondades que reciben en la vida:

Pedimos por nuestra vida, que estemos contentos, que tengamos comida, maíz, frijol, fuerzas para trabajar, un poco de dinero, que haga a un lado la enfermedad y que nos de la bendición el Sagrado Corazón (Manojel en *tseltal*)” (Miguel Sántiz, músico tradicional. Tenejapa, Chiapas. Carnavaltradicional, 2013).

Pero también es usada con otros fines rituales, se usa para **curar⁴⁹ la carne para que rinda:**

Cuando hago una fiesta, para que me rinda la comida, tengo que soplar mis pollos con posh. Ya que se le quita la pluma, pelados se cuelgan, después se rocían con posh. (Juana Ruiz, ama de casa. Zinacantán, Chiapas. 2013).

Doña Juana asegura que esto ha funcionado para que la comida alcance en caso de hacer una fiesta masiva y nadie se quede sin comer.

Otra de las cosas que sucede con el posh, es que las personas que participan en un evento del pueblo y comida deben consumir posh en todas las etapas de la preparación **para que la comida no se quemé y no se eche a perder.**

En las fiestas del pueblo hay muchos ‘emprestados’⁵⁰, ellos toman trago en todo y para todo. Las mujeres por ejemplo, beben cuando ponen maíz, cuando van a tortear...todo el tiempo están bebiendo posh porque la gente dice que si no toman, lo que están preparando no rinde, se quemará o se va a echar a perder (Rosalinda Ruiz, artesana del posh. Zinacantán, Chiapas. 2013).

⁴⁹ Curar es una palabra que refiere a trabajar la carne, hacer algún proceso ritual y mental en el que se predispone que todo saldrá bien: no se quemará y rendirá.

⁵⁰ Personas que prestan sus servicios en un cargo para alguna celebración.

También esta bebida, es entregada con otras personas con otros fines, que al ser aceptada por la persona con la que interesa hablar se manifiesta otra comunicación; la primera es una energía positiva, que él o ella está dispuesto a platicar y en segunda que son dos personas en igualdad de condiciones.

Social: "Amarra tratos" o cierra acuerdos

Algunos cargan una botella de posh en el morral tapada con un olote u hoja de doblador, otros conservan la bebida en sus respectivas casas para cuando la tengan que usar. Algunas veces, si una persona acuden a la casa de su vecino, amigo o pariente a solicitar un **préstamo económico**, "el favor" de **participar en algún evento**, **ocupar un cargo** o para cerrar algún trato como **la pedida de mano** de su hija, **la venta de un terreno** u otro servicio, al llegar a un acuerdo ambos beben de la misma botella de posh o del mismo vaso por turnos.

Anteriormente, las reglas del sistema de bodas en Zinacantán marcaban que un joven tenía que pedir a los padres la mano de la joven que le gustara de acuerdo con un rito *-jak'olajel-*, que implicaba gastos considerables en *pox*, pan, carne y otros regalos, así como la asistencia de parientes en calidad de solicitantes. Después de la petición, el futuro novio tenía que visitar con cierta regularidad la casa de su prometida durante uno o dos años, llevando regalos de comida para pagar a la familia de la novia lo que le había costado criarla. El siguiente paso suponía la ceremonia de <<entrada a la casa>> *-ochel ta na-*, en el que la familia del novio presentaba formalmente a éste a la familia de la novia. La ceremonia nupcial, *nupunel*, era el último paso en esta costosa progresión que dejaba a los contrayentes endeudados con la familia del novio, con la cual generalmente convivían durante un periodo de varios años después del matrimonio, pagando su deuda con trabajo productivo (...) En la actualidad, las parejas prefieren <<huirse>> después de noviazgos muy cortos con pocos espacios de tiempo para verse a escondida de los padres de la novia. (Rincón, 2007: 61)



Fotografía 107: Traje de novia de Zinacantán que era utilizado antes para las bodas⁵¹.

Al ofrecer una copa de posh, las personas pueden iniciar una conversación, el acto en el que las dos personas beben o una de ellas recibe posh de la otra persona es símbolo de **entablar acuerdos, apaciguar momentos** (en caso de molestia) o de “**amarrar tratos**”⁵². Una mujer de la cabecera municipal, por medio de una entrevista abierta explica:

La vez pasada me vinieron a invitar a una fiesta en donde la cuñada de mi hija va a pasar (aceptar) un cargo de pasionera. Como nos trajeron pan, refrescos y dos botellas de posh, ya sé que no me vino a invitar a que me vaya a sentar. Es para que yo vaya a picar cuando menos chile y cebolla porque se pica mucho chile y cebolla para la comida en festejos grandes (María López, comerciante en Zinacantán).

⁵¹ Plumas de ganso para la abundancia. Antes, cuando las personas de Zinacantán se casaban usaban prendas especiales para la fecha. Algunas aún lo hacen, en el caso de la mujer, ella se viste con una túnica blanca con plumas de ganso en el cuello y en la parte de debajo. Las plumas son sinónimo de abundancia en esta nueva etapa. En el cabello llevan un “pañito” blanco con cuatro borlas en tono rosa que le cuelgan de cada esquina en símbolo del velo. El hombre se viste con pantalones cortos de terciopelo verde y camisa blanca. Lo curioso es que bajo las prendas de boda, llevan puesta su ropa tradicional como parte de la costumbre.

⁵² Concretar algún evento o actividad.



Fotografía 108: Chile, cebolla, limones y sal en un plato⁵³. Shucutón, San Juan Chamula; Chiapas.
Julio, 2014.

Así es como la bebida es sinónimo de armonía, por eso es que la conocen como "el agua de las despreocupaciones", porque es tal su nivel connotativo que todos los habitantes de la zona Altos lo tienen claro y lo practican.

De igual manera, el posh complementa los asuntos políticos en el municipio, es normal que esté involucrada en tratos, acuerdos y demás acciones del presidente municipal con los trabajadores del municipio o con la población en general. A continuación se profundizará en el tema.

Político: Todos se ven como iguales, de forma horizontal

El sistema político en Zinacantán se conforma por el presidente municipal, el síndico, el tesorero, cuatro alcaldes, seis regidores, el secretario y el juez municipal. Dentro de la estructura de cargos cívicos también se respeta el sistema de cargos religiosos, que no están nombrados de forma constitutiva ante la ley, pero sí tienen voz en el pueblo que también se respetan.

⁵³ Las personas de la zona Altos acostumbran en sus celebraciones a ofrecer caldo de gallina de rancho o de carne de res ahumada. Por lo mismo, acompañan su platillo con chile, cebolla, limón y sal. Por si la cocción del platillo no fuera poco, picar el chile y cebolla en grandes cantidades es muy laborioso. Siempre en los festejos servirán un plato con estos cuatro ingredientes en las mesas.

Es posible que tanto el sistema de cargos cívicos como el sistema de cargo religioso tenga sus orígenes en la época de la colonia cuando se les permitió a los grupos indígenas gobernarse de manera interna, resolver sus conflictos y representarse, así como a su comunidad frente a las autoridades españolas (Obregón en Domínguez, 2012: 48).

Sin embargo, el posh sirve como un mediador entre las personas, sean o no de su municipio, comunidad, paraje o ejido; las vincula y las hace verse de forma horizontal, **sin distinciones** y como iguales. La bebida es un elemento que las predispone a una acción, incluso en ocasiones sin necesidad del diálogo.

Rincón (2007) señala que el municipio de interés en esta investigación:

Se rige por un sistema de administración municipal participativo, con reglas y acuerdos no escritos, que involucran razonamientos y lógicas propias e incluye conceptos particulares de equidad, el cargo público, los usos y costumbres, el bien común, la justicia y la inclusión (p.161).

El presidente municipal, independientemente del cargo jerárquico dentro del poblado, bebe de la misma botella que las demás personas o del vaso, según le sirvan. El orden es el que varía. Se les da por orden de importancia y jerárquico dentro de los presentes. A los hombres se les da una copa del *cruz pis* y a las mujeres medio vaso, pero todos beben del mismo. Primero beberán los ancianos, por que son a los que se les guarda más respeto por su conocimiento, y después el presidente y así sucesivamente.

En el asunto político también está presente el posh, cuando las personas de alguna casa, calle, colonia o comunidad **festejan algún servicio público** como la **instalación del drenaje, material de construcción otorgado a las viviendas, pavimentación de calles** u otros servicios con los que salgan beneficiados los habitantes, festejan con posh en donde el presidente y todo el equipo de trabajo bebe mínimo una copa.

"Beber posh cuando uno va a una comunidad por alguna actividad de instalación de luz eléctrica o a entregar gallinas es muy normal, nadie lo ve mal" señala un joven que trabaja en la presidencia municipal de Zinacantán de 23 años.

El presidente municipal, también participa en las actividades religiosas del municipio, tienen la misma carga dentro de sus labores como representante del municipio. Es el primero que bebe si es la máxima autoridad presente, de lo contrario, beben primero los ancianos, consideradas personas con gran conocimiento y poder.

Las autoridades del ayuntamiento también realizan ceremonias religiosas que tienen una relación directa con sus actividades laborales. Los sábados, cada quince días, realizan el cambio de flores en honor del Bastón de mando que portan los presidentes municipales; mientras el *ilol* o curandero reza, los músicos entonan canciones guturales y las autoridades danzan un baile tradicional alrededor del altar. Asimismo, realizan algunas ceremonias antes y durante las principales fiestas religiosas del municipio. El fin de semana previo a la fiesta de San Sebastián, las autoridades municipales acompañadas por dos curanderos y algunos seguidores, recorren las iglesias de la cabecera municipal y offician ritos religiosos en ellas. Después suben en automóviles por un camino cementado hasta la cima de la montaña sagrada conocida como Kalvario, en donde se encuentra una pequeña construcción que protege cinco cruces. Ahí, en medio del áspero viento frío invernal, del silencio de la montaña y del aromático y espeso humo de incienso, los curanderos llevan a cabo el cambio de las flores de las cruces, prenden veladoras, beben *pox* y rezan pidiendo perdón por los pecados cometidos por las autoridades presentes, y solicitan favor de que la fiesta de San Sebastián transcurra en paz. Los curanderos bendicen y piden protección para las autoridades, quienes a su vez también piden perdón por los pecados y errores cometidos, y ruegan que la fiesta ocurra en paz y sin problemas. Después de los rezos en el Kalvario, todos los asistentes comen un alimento ritual, que consiste en cerdo frito con tortillas de maíz frescos. La siguiente parada es en la casa que el presidente municipal renta en la cabecera de Zinacantán. Mientras un curandero reza ante la cruz de madera que se encuentra en el patio, otro curandero lo hace en el altar dentro de la casa; al final los dos bendicen a las autoridades municipales. En cuanto terminan este rezo, se sirve otra comida ritual: caldo de pollo picante, tortillas y *pox*. Solo las autoridades y los curanderos se sientan a la mesa, el resto de los acompañantes comen sentados en sillas a su alrededor. Cuando termina la comida se bebe una copa de *pox*, y todos se retiran para continuar con sus respectivas actividades (Rincón, 2007: 155-156).

Si las personas no quieren beber *posh* en ese momento, pueden colocarlo en una botella para no rechazarlo, pero no pueden beber un poquito y luego decir que ya no quieren si no

se acabaron el contenido del *cruz pis* porque “la gente lo ve mal”. Si no tienen una botella en donde colocar el *posh*, entonces simplemente no lo toman.

Pero esta bebida también está involucrada en el contexto medicinal, es utilizada por gran porcentaje de la población como una solución a heridas o daños no tan graves, raspones, dolores, malestares estomacales o para sobar alguna parte del cuerpo. El *posh* es utilizado como medicina alternativa. A continuación más detalles.

Medicinal (*poxil*): Cura males menores y del espíritu

Poxil significa medicina en *tsotsil*, las personas indígenas consideran dos tipos de enfermedades: la que el médico puede curar y las que aquejan al espíritu. De las que la medicina puede curar, ellos apaciguan las que menor gravedad tengan con medicina tradicional. Las del espíritu las realizan ellos mismos o con apoyo de un médico tradicional que les proporciona la mejor alternativa.

Para ello, utilizan el **posh** como principal elemento junto con **ungüentos**, **aceites**, hierbas calientes como **ruda**, **hinojo** u **orégano**, infusiones y otros para curar fiebre, dolores en mujeres recién paridas, mal de ojo y el principal es de susto.

Durante un grupo focal, los jóvenes que participaron, aseguraron que el *posh* se inició a usar como medicina porque sus abuelos o los papás de sus abuelos no conocían el alcohol y utilizaban el *posh nich*, las primeras gotas destiladas para curar ya que contiene altos grados de alcohol.

Colocaban el *posh* directamente en un raspón o alguna herida y la cicatrizaba rápidamente: "Ellos se curaban de alguna herida con el machete con *posh* porque lo tenían cerca y además porque era eficaz, ni siquiera se les infectaba", señala Mariano, quien trabaja en el ayuntamiento municipal.

Actualmente existen un gran número de personas en la zona conocidas como protestantes, así se les denomina a toda aquella que no practique la religión católica, sin embargo, respetan las creencias en torno a ella aunque no las practiquen, han crecido en el

contexto en el que la comunidad y las personas la involucran en sus procesos rutinarios de vida.

Las personas protestantes consideran que el posh es una bebida que daña a las personas y que destruye familias, por eso no lo apoyan, creen que con el alcohol las personas hacen maldades, que en ninguna circunstancia deberían involucrarla, consideran que induce a la violencia y a la separación de la armonía en las familias.

El posh entre las mujeres, es ampliamente recomendado para la **fertilidad**. Aquellas que creen que esa es la principal causa o a las que creen que por resfriado no se pueden embarazar:

El posh se pone en el sereno tres días junto con jengibre, pimienta gorda, clavo, canela, romero, ruda, manzanilla y otras hierbas. Todo debe ir bien machacado y se deja reposar. La consistencia debe ser espesa para que después lo beba la persona. (Rosy Ruiz, artesana del posh. Zinacantán).

Las personas aseguran que al tomarse la bebida se siente cómo lo caliente entra al cuerpo y después de ello, con unas horas o de ser necesario, dependiendo de los primeros resultados, repetirlo y la mujer se cura.

Otra receta muy popular dentro del sector femenino, es para aquellas que sufren de **cólicos menstruales**; muchas son las mujeres que aseguran que una copita de posh en un *cruz pises* lo indicado para aliviar esas molestias.

También es recomendable para aquellas mujeres **recién paridas**⁵⁴, debido a que cualquier dolor disminuye con una copa. Esta bebida también es muy útil para eliminar los **enojos**: "Puedes evitar un derrame cerebral del coraje porque el posh **equilibra las energías en el cuerpo**", señala Rosy Ruiz.

Una de las cosas para la que la mayoría de personas usa el posh es para curar al espíritu del **susto**.

⁵⁴ Mujer que acaba de dar a luz a su hijo.

Cuando uno o un bebé se asusta, se revuelve el trago con sal blanca, es una sal de Ixtapa, se revuelve y con eso se sopla en la cara a las personas mayores y en todo el cuerpo a los niños chiquitos para que se vaya el susto (Manuel Díaz, maestro de primaria en Zinacantán, Chiapas 2013).

Esa receta, practicada con algunas variantes es efectiva para curar de espanto a alguien y esta persona pueda dormir tranquilo, porque dicen que de lo contrario “brinca de su cama” y no descansa tranquilo.

Si un niño está espantado, se le coloca cerca de la puerta, uno se mete un poco de posh en la boca y se le rocía sobre la nuca sin que él se dé cuenta. Eso sirve para que el espanto se vaya por la puerta; se le debe agarrar por sorpresa y se debe tener cuidado con los ojos para que no le entre, después se le barre con un huevo y albahaca (Josefina Díaz, ama de casa. Zinacantán, Chiapas. 2013).

Los médicos del pueblo **‘llaman**⁵⁵ **el pulso** de las personas con posh y con ruda señalan las mujeres de la población de interés:

Se muele la ruda en metate, ya que está molido y fino, se revuelve con pilico, una hierba que se da en tierra caliente, lo revuelven con trago, y ya con eso los médicos saben qué enfermedad tiene la persona y si se va a curar o no (Rosalinda Ruiz, artesana del posh. Zinacantán, Chiapas. 2013).

Las personas señalan que cuando una persona tiene hambre y no ha llegado a su casa pero tiene posh cerca, con una copa es suficiente para **saciar el hambre**⁵⁶:

El posh quita el hambre, el frío, la sed, y todo se va; si estás desvelado **te mantiene sobrio**, si estás haciendo algo religioso puedes beber y no te emborrachas porque es algo que estás haciendo con tu corazón y es para Dios (María Flor López González, tejedora de Zinacantán, Chiapas).

⁵⁵ Usan la palabra "llamar al pulso" para sentir el pulso de la muñeca. Vinculado a la cosmovisión, a las prácticas alternativas de recuperación de la salud.

⁵⁶ Cosmovisión, procesos de sugestión también.

Para **el mal de ojo**, las personas tsotsiles utilizan el posh también, un huevo de gallina de rancho (rojo) se pasan por el cuerpo con cuidado para no romperlo y después beben una copa de posh. En los menores que no pueden beber posh, sólo utilizan el huevo.

No menos importante, pero muy novedoso, aparece el posh con su función gastronómica, acá las personas lo han involucrado a su cocina para darle un sabor especial a la comida. Uno de los claros cambios y transformaciones que el posh ha tenido al ser involucrado en otros procesos sociales, el gastronómico.

Gastronómico: Saborean su cosmovisión

Las mujeres han involucrado el posh a su cocina, en ocasiones para dar sabor o con lo que creen, podrá hacer que la comida abunde, no se quemé o “no sea tocada por el diablo”, pero también ha sido una innovación trascendental en el arte culinario.

Algunas de las mujeres de Zinacantán -no todas-, utilizan el posh blanco como **sustituto del vinagre**. "Es igual o mejor en sabor", señalan las tres entrevistadas, una lo probó y luego lo compartió con las demás. Son sólo algunas mujeres las que lo han probado y radican principalmente en la cabecera municipal.

La población en San Cristóbal, utiliza el *tsi* en **dulces tradicionales** como el **jocote o nanche curtido**. Este **curtido dulce** -como también se le llama-, es común verlo en las ferias de los municipios y fiestas de los barrios, en donde es consumida por muchas personas.

El nanche y el jocote son dos frutas redondas que las tierras chiapanecas producen y que crudos o curtidos son un postre o golosina para quien lo prefiere.

El nanche es amarillo y la utilizan también para paletas o para comer la fruta sola, su hueso es redondo y muy pequeño, como de siete milímetros de radio. El jocote es más grande, se disfruta verde o maduro. Para hacerlo con posh debe estar verde, su hueso es redondo y su radio es poco más grande a un centímetro.

La zona Altos es una zona montañosa y por las noches hay frío con o sin que corra viento. Por lo mismo, en San Cristóbal, es tradicional que las mujeres que venden **ponche**⁵⁷ en los festejos de los diferentes barrios ofrezcan ponche de frutas con marquezote (pan hecho con claras de huevo) acompañado de su respectivo **piquete** (un chorrillo de posh).



Fotografía 109: Ponche de frutas con marquezote dentro y un chorrillo de posh. San Cristóbal de Las Casas, Chiapas; Diciembre, 2012.

Otro de los usos que tampoco tiene que ver con la cosmovisión del pueblo es el aspecto económico, sin embargo, es un tema en el que sí se ocupa el posh por ser considerado por los turistas un elemento cultural de la población tsotsil.

Económico: Uso estratégico de elementos emblemáticos de la cultura tsotsil

Hace mucho se descubrió que el alcohol podría ser un negocio. Actualmente en San Cristóbal de Las Casas existen las **posherías**, comercios en los principales andadores de la ciudad, en donde duplican o triplican el precio al mercado extranjero, principalmente, y ofrecen posh a la venta.

⁵⁷ El ponche es una bebida que puede servirse fría o caliente de frutas diversas, el ponche más tradicional es de piña o de frutas varias.



Fotografía 110 y 111: Poshería con venta de botellas en diversas presentaciones y sabores sobre el andador Guadalupano. San Cristóbal de Las Casas, Chiapas. Julio, 2014.

Venta de posh

El posh blanco en la zona Altos se vende con los fines por el cual los productores de Cruztón en San Juan Chamula lo elaboran: Para el consumo de personas tsotsiles o tseltales dentro de sus actos religiosos, sociales, políticos, medicinales o rituales. Se puede adquirir directamente en las fábricas de posh por cantidades grandes o en ocasiones son los productores quienes lo llevan al pueblo a las personas a quienes siempre les venden.

Es normal que entreguen el líquido en botellas de *pet* (*Tereftalato de Polietileno*, plástico reciclable) que han lavado pero que conservan su etiqueta comercial como agua y refresco de cola. Algunas veces lo entregan en botellas de plástico destinadas al posh, pero en otras, al comprarlo, es necesario cargar con un recipiente o conseguir una botella.



Fotografía 112 y 113: Botellas de de *pet* destinadas para la venta del posh. La primera es sabor canela y la segunda es de posh blanco. Tuxtla Gutiérrez, Chiapas; Marzo, 2013.

En la cabecera municipal de Zinacantán el posh no está expuesto al público, lo venden en las tiendas de artesanías del centro del municipio y en algunas tienditas de abarrotes; sólo hablan de ella si alguien está interesado y pregunta. Su precio oscila entre los 15 a 20 pesos el litro.

El grupo ***Bolom ton***, es una cooperativa de mujeres que se encargan de vender el posh en Zinacantán al que le colocan sabor por medio de una receta que han elaborado estratégicamente. Conozcamos más acerca de este grupo de mujeres que ante las dificultades económicas y la fuerte competencia laboral en textiles y bordados, encontraron en el posh de sabor una solución que enamoró a los turistas.

Cooperativa *Bolom ton* (Jaguar de piedra)

"Una de las tendencias importantes de las décadas recientes en la comercialización de textiles en los Altos de Chiapas, es la formación de cooperativas textiles"
(Marks,2005:84).

En algunas tiendas de Zinacantán, ha tenido gran éxito el posh de sabor. Este que se realiza con diversas frutas de la temporada, pero quienes no lo saben elaborar, al posh blanco sólo le colocan colorante artificial para hacerlo pasar como posh de jamaica cuando es la misma bebida sólo con diferente color.

En pocos lugares entregan botellas previamente destinadas para ello. El precio oscila entre los 70 y 80 pesos el litro. Casi cuatro veces más que el posh de segunda, al que le colocan sabor.



Fotografía 114: Bebida que se consigue como “posh de jamaica”, pero solo le han agregado colorante. Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. Octubre, 2012”

Dentro de las iniciativas comerciales en Zinacantán está el **posh con sabor a frutas**, principalmente de las frutas de la temporada como el de **piña, limón, sandía, mango, guayaba, ciruela, durazno, manzana, plátano**; los más comunes son **jamaica, anís y canela**.

También tienen la receta del **posh de carne**, preparado también por el grupo *Bolom ton*. Este grupo está conformado por 18 mujeres que se reúnen a trabajar en el barrio de San Sebastián, justo al lado izquierdo del letrero “Bienvenidos a Zinacantán” que está en el acceso al municipio, frente a una cancha de basquetbol.

La pionera en la elaboración del posh es Juana Rosalinda Díaz Solís, mejor conocida como “Rosy” en el municipio y por las mujeres de la sociedad cooperativa. A través de experimentos, ella ha conseguido concretar las recetas.

Doña Rosy es originaria de San Andrés Larráinzar, tiene 26 años viviendo en Zinacantán porque su esposo es originario de ahí. Ella siempre ha sido una mujer muy activa, trabajadora y emprendedora. Sus abuelos tenían un rancho y ahí aprendió a elaborar pan, chorizo, longaniza y demás productos para sostener a los que en él trabajaban.

Ella es una mujer solidaria, conoce de curaciones, busca justicia para todos y lo hace desde su trinchera, muchas son las personas que la visitan porque saben que de alguna manera encuentran apoyo en ella. En más de una ocasión ha ayudado a mujeres golpeadas, maltratadas psicológicamente y demás, ella como ama de casa y madre de familia apoya a sus congéneres principalmente. Es una mujer que se ha convertido en un referente para otras.

Doña Rosy poco a poco invitó a mujeres a que trabajaran los textiles en su casa, debido a que está justo en la entrada del municipio su domicilio, y así fue, poco a poco empezaron a reunirse en la entrada, ya que existe un espacio considerable para trabajar. Ahí todas llevaban sus hilos y telares y trabajaban juntas.

Cierto es que, actualmente, el trabajo del tejido ya es sumamente importante para la **autosubsistencia**, para satisfacer las mínimas necesidades humanas. Sin embargo, considero que su importancia mayor está en que **fortalece la**

autonomía de las mujeres: al mismo tiempo **fortalece la vida social**
(...)(De la Torreen Marks, 2004:10).

Fue hasta un día, que notó que los textiles no tenían mucha venta debido a que la demanda de textiles es mayor justo en el centro de Zinacantán, los carros turísticos llegaban directo al parque y los turistas solo visitaban los alrededores, pocas veces la entrada, ahí donde ellas vendían.

Doña Rosy pensó en alternativas para incrementar el beneficio económico en su grupo, todas confían plenamente en ella –incluso hasta la fecha-. Entonces empezó con experimentos para elaborar el posh de sabor. No quisieron comercializar el posh con la cantidad de alcohol que realmente contiene, porque no pretenden fomentar el alcoholismo, por ello lo dosifican y disminuyen los grados de alcohol al colocarle sabor.

La mayoría de mujeres que integran el grupo tienen alguna cercana relación con alguna persona que **sufre de alcoholismo**: esposos, papás o hijos. Por lo mismo, querían incrementar sus ingresos sin tener que vender alcohol “no queríamos fomentar el alcoholismo. **El posh de sabor es un aperitivo**”, asegura doña Rosy.

El posh de sabor, un aperitivo: *Bolom ton*

Doña Rosy fue quien con experimentos todas las noches trabajaba para saber de qué manera podría rebajar el posh y combinarlo. Hasta que después de un tiempo encontró la receta, misma que no todas saben elaborar a pesar de que la conozcan. Desarrolló la creatividad por la misma necesidad de innovar y que esto pudiera beneficiar económicamente a ella y a su grupo.

Todas conocen de qué manera hacer el posh de sabor, pero no a todas les sale, “a algunas se les echa a perder la fruta, a otras se les pasa de bueno y burbujea, o algo sale mal”, dice doña Rosy. De las dieciocho mujeres que trabajan dentro del grupo, sólo son tres las que lo realizan efectivamente:

Muchas son las personas que vienen a mi casa y me piden la receta pero no se las damos, porque nos costó trabajo conseguirla y además porque seguramente cuando les ofrezcan algo de dinero la darán. Ellas mismas me han dicho que sus clientes buscan el posh de sabor, pero no los mandan a mi casa, al contrario, ellos mismos me han confesado que le colocan “toki” de jamaica para que les de color al posh blanco y lo vendan como posh de jamaica.

En otras ocasiones, quienes no le colocan sabrizante al posh blanco, compran botellas de posh de sabor con doña Rosy y las rebajan con posh blanco. El grupo *Bolom ton* es el único en Zinacantán que elabora el posh de sabor con fruta de temporada. Cuatro meses fermentan la fruta con el posh, y en el caso del de sabor carne, lo dejan siete meses enterrado bajo tierra en un tecomate con hojas de pericone (hierba que sólo se da en octubre) bien tapado, con el procedimiento de la barbacoa.

En el caso del posh de sabor, la receta también es toda una odisea, debido a que la fruta pasa por todo un proceso desde su limpieza hasta su fermento con el posh. Una de las cosas que siempre me recalcó doña Rosy, fue que la fruta no la pican con cuchillos para que el posh le penetre, ellas pican la fruta con ciertas espinas que permite su fermento exitoso.

Las mujeres *Bolom ton*, que en tsotsil significa “Jaguar de piedra”, trabajan juntas desde hace **cinco años** y realizan el posh de sabor hace poco más de dos años. Algunas se han integrado hace poco, pero todas son tejedoras de chales, manteles, caminos de mesa, fajas, colgadores para macetas, cojines, blusas, mantas para tortillas y demás artículos. Aquellas que no pueden elaborar el posh de sabor, se dedican a tejer prendas miniatura de la indumentaria tradicional de Zinacantán, visten a una botella de mujer con sus respectivas trenzas (con listón), zetik, shincha, blusa y moxibal.

En el caso del hombre, visten a una botella con su sombrero con listones colgantes de colores, morral y jerka. "El comercio alienta la innovación, porque los comerciantes siempre están tratando de anticipar el mercado" (Marks, 2005: 118). Por eso, “muchos de los turistas nos piden que en lugar de listones le colguemos el pelito del maíz, lucen mucho

mejor y se llevan las botellas vestidas”, señala María Elena Gómez, integrante del grupo *Bolom ton*.

Entre todas forman la cooperativa y han hecho, de una aguja o un telar de cintura, su herramienta para construir sus diseños en realidad. Algunas hacen la bebida, otras más realizan las prendas con las que visten las botellas y otras más están en casa de doña Rosy para venderlas. En grupo trabajan por el bienestar de todas y con las sugerencias de los turistas ellas diseñan "su producto" para satisfacer las necesidades que sus clientes demandan.



Fotografía 115: Botellas de posh sabor canela del grupo *Bolom ton*, vestidas con la indumentaria de Zinacantán, Chiapas. Agosto, 2012.

Fotografía 116: Botellas de cristal destinadas para posh del grupo *Bolom ton* sabor nanche, jamaica y canela. Zinacantán, Chiapas. Agosto, 2012.

María Flor López González, Juana Pérez Hernández, María Gómez Pérez, Juana López González, Juana Isadora, María Elena Gómez, Juana, Rosa María, Pascualita, Rosy Ruiz Solís y Lupita son algunas de las mujeres artesanas que pertenecen al grupo *Bolom ton*. En un principio iniciaron 18, pero ellas son las más constantes.

Rosalinda Díaz Solís, pionera del grupo, asegura que en caso de que el posh se comercializara más seguido, en mayor escala, este no perdería su esencia artesanal de

elaboración porque están preparadas con fermento suficiente. Doña Rosy es una mujer que tiene claros sus objetivos, el grupo confía en ella porque impulsa a generar retos personales, encuentran en ella una amiga y un líder de equipo.

Sé hacer el trago, pero necesitaría mi destiladora. Mis abuelos hacían trago. Mi abuela lo hacía de jocote o durazno, como la mistela. Este posh de sabor no sabe nada a mistela. Tiene otro cuerpo. Con el posh de sabor ya tengo experiencia pero cuesta mucho hacerlo. Rosy Ruiz (artesana del posh).

María Elena Gómez, integrante también de la agrupación asegura que “todos dicen que está muy sabroso. Me parece muy bien que nos compren porque nos benefician. El posh es sagrado para nosotros acá en el pueblo. Cuando alguien se enferma se curan con posh y sal fina”, pero también asegura que las ventas en el pueblo no son muy altas.

Según información de personas entrevistadas pertenecientes al grupo, son los extranjeros los que más valoran la producción de posh de sabor y de los tejidos de las botellas a diferencia de los mismos mexicanos que, incluso siempre, solicitan una rebaja en el precio original.

Mensualmente, este municipio recibe gran cantidad de turistas o de visitas a través de un *tours* donde les informan y observan lo tradicional de cada municipio para recrearles el imaginario de la civilización de los Altos de Chiapas: “Hacemos el posh de sabor no para que la gente se emborrache, el posh de sabor es un buen aperitivo, es para que lo saboreen”, destaca Rosy Ruiz.

Cada botella vestida tiene un costo de 300 pesos, mientras que sin ropa, cada botella de vidrio de un litro de posh de sabor tiene un costo de 150 pesos. *Bolom ton* es un grupo de mujeres que elabora el posh de sabor con el objetivo de obtener ingresos, rebajan la cantidad original de grados de alcohol del posh, de 70 grados, la reducen con sabor a cuatro. “El posh no pierde su sabor y es una delicia para el paladar” (María Elena Gómez, integrante del *Bolom ton*).

La marca está registrada, pero aún les falta el registro del logotipo. Aún planean registrar el logo quizá con flores o un sombrero, aún están en esa decisión. Antes en la marca manejaban a un jaguar, gran inconveniente, debido a que el jaguar está registrado, desde antes, como logotipo oficial de Chiapas señala doña Rosy.

En otra parte en donde se comercializa el posh es en San Cristóbal de Las Casas, ahí venden una bebida con sabor y el posh transparente que venden al turismo con precios elevados al original. Es con fines económicos y el negocio es dirigido al turista nacional e internacional.

San Cristóbal de Las Casas

San Cristóbal de Las Casas es el municipio más importante económicamente de la región V "Altos tsotsil tseltal" en Chiapas, la afluencia del turismo nacional y extranjero es constante, cuenta con atractivos coloniales, gastronomía indígena y española, museos diversos, un clima excepcional y atractivos turísticos en general.

San Cristóbal de Las Casas es una ciudad multicultural, la socióloga Silvia Schmelkers (2003) define a la multiculturalidad como un lugar también pluricultural: “la **coexistencia de diversas culturas en un mismo territorio**. El concepto de multiculturalidad no implica el respeto que deben tenerse entre ellas las diversas culturas que comparten el territorio” (p.26).

San Cristóbal de Las Casas, en 1528 fue territorio colonizado por españoles en donde hubo un encuentro con indígenas. Actualmente, los sancristobalenses (que habitan San Cristóbal) y coletos (una palabra asignada para las personas que consideran por sus venas aún corre sangre española); convergen en la cotidianeidad de la ciudad, ahora con la participación de turismo nacional e internacional que decide vivir en la colonial ciudad como defeños, oaxaqueños, veracruzanos, tabasqueños, franceses, españoles, norteamericanos, chilenos y de otros estados y nacionalidades más.

Es notorio al caminar por las calles y los dos andadores de esa ciudad⁵⁸, conocida también como “la capital cultural de Chiapas”, que existen muchas personas indígenas principalmente de las etnias tsotsiles y tseltales que se dedican al comercio de diferentes artesanías de su localidad.

La ciudad es un escenario con arquitectura colonial, las fachadas de las iglesias del centro de la ciudad son con estilos barroco (templo de Santo Domingo de Guzmán), estilos neoclásicos (iglesia de la Merced) y muchos más que han permitido que la ciudad sea atractiva visualmente.

Describo a la ciudad como un escenario, debido a que su gente es la que proporciona la experiencia de querer visitar la ciudad. La gente indígena que ha migrado de los municipios de alrededor de la ciudad para incrementar sus ingresos coexiste con las personas sancristobalenses (oriundos de la ciudad con el mismo nombre). Las personas migran temporalmente o viaja una vez a la semana a vender sus productos: café, posh, telares, etc.

Dos andadores dividen el centro histórico de la ciudad que en el **2003** recibió el título de “**Ciudad Mágica**”⁵⁹, el primero es el andador Eclesiástico que abarca tres cuadras de la calle Miguel Hidalgo, corta en el parque central y continúa del otro lado con tres cuadras sobre la calle 20 de noviembre. Son tres cuadras grandes de cada lado del parque.

El segundo andador está dentro de las tres primeras cuadras de la calle Real de Guadalupe hasta topar con el parque y se le conoce como Andador Guadalupano. Sobre esos andadores el comercio de bares, restaurantes, ropa, textiles, bares, vinaterías, cafeterías, antros y demás establecimientos es visible.

Son andadores comerciales por lo antes mencionado, y turísticos porque la fluidez de las personas es constante debido a su ubicación en el centro histórico. Uno de los establecimientos que se encuentra en el segundo andador, en el "Guadalupano", es una

⁵⁸ El Andador Eclesiástico y el Guadalupano, que a manera de una cruz dividen el centro en dos calles exclusivas para el peatón en donde puede adquirir souvenir, alimentos y artículos varios de la ciudad y al rededores.

⁵⁹ Desarrollado por la Secretaría de Turismo Federal, es un título otorgado a los municipios que cuentan con riqueza cultural e histórica en México. En el 2003 se le otorgó el nombramiento a la ciudad.

poshería que le permite al turista la recreación del imaginario colectivo de la cultura tseltal porque promueve el posh que en Tenejapa se consume.

El posh es una bebida que en presentación de botella de cristal, se vende en diferentes presentaciones, el precio es elevado pero, en definitiva, es un establecimiento dedicado al turismo.

En otros bares, o en los restaurantes de algunos hoteles de la ciudad, los de más prestigio, cuentan con bebidas que ofrecen una copa de posh y también alguna bebida preparada con ese mismo ingrediente.

Una receta encontrada en la carta del restaurante "El Secreto" del hotel, boutique *and spa* "Casa del alma", fue la bebida "**amanecer coletto**", un coctel en donde a manera de frappé en color rojo, se utiliza el posh de jamaica. En la orilla, la copa está escarchada con hoja de jamaica molida con azúcar; para adornarla, en la orilla se presenta una hoja de jamaica previamente frita.

El chef se llama Ulises, él no es originario de San Cristóbal y durante una plática informal que tuve con él, señaló que se enteró que el posh era destilado. Analizó en qué la podría utilizar y recordó que el tequila tiene los mismos principios de destilado, así que ideó la receta con creatividad para lucir más atractiva. Sin duda lo es.

Las creaciones, en cuanto a bebidas la mayoría de veces corren a cargo de chefs foráneos pero que se apropian la bebida y la involucran en sus recetas por el valor cultural que San Cristóbal tiene para las personas que visitan la ciudad.

En el desarrollo del capítulo que ahora concluye, el lector podrá tener todos los elementos para los que que es utilizado el posh en la Zona Altos. Ahora, corresponde desarrollar el análisis de la información obtenida a través de las diversas técnicas en el trabajo de campo.

Capítulo VI: *Bolom ton: Resignifica el posh*

*"Valores y organizaciones sociales,
que están hechas para ser estables,
se transforman en marcos de vida temporales;
concebidos para ser congruentes
evolucionan de manera asincrónica y disonante".
(Baca, 2007:3).*

El interés de esta investigación fue el posh desde un inicio. Sin embargo, una puerta abrió un tema y luego otro y así conforme se avanzó con los capítulos que permitieron guiar esta investigación, sin duda hay temas que se exponen con problemáticas que bien pueden ser motivo para futuras investigaciones.

Definitivamente fue el Tratado de Libre Comercio un factor importante en México, para que las personas que en 1994 tenían cosechas diversas, migraran o buscaran opciones de remuneración económica, de un momento a otro, su seguridad alimentaria se vio amenazada. Necesaria fue la solución para que las personas retomaran nuevamente su seguridad alimentaria, una razón que mueve al hombre.

El hambre es una necesidad biológica que al ser saciada, proporcionará energía para vivir con entusiasmo y energía, misma genera en una persona buscar un sentido a su vida. La seguridad alimentaria, según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, "Existe cuando todas las personas tienen en todo momento acceso físico y económico a suficientes alimentos inocuos y nutritivos que satisfagan sus necesidades alimentarias para desarrollar una vida activa y sana".

En el caso de la zona Altos de Chiapas, los niños se involucran desde muy pequeños en aportar alimento, mano de obra o dinero a su hogar. Las circunstancias en las que crecen, en su mayoría, son carentes de las comodidades y seguridades que los niños de su misma edad en la zona urbana viven; sin embargo, ellos se adaptan y desde su perspectiva, también tienen comodidades y seguridades que les permite desarrollar su infancia feliz.

Pero al regresar al tema de la seguridad alimentaria, considero que al satisfacer esta necesidad, factor determinante para que el ser humano se adapte a nuevas circunstancias,

analice sus posibilidades de acción, razone y elija lo más inteligente para su persona se convierte en una persona con mayor energía, posiblemente de provecho.

En la investigación me percaté de la importancia del alimento, Zinacantán es solo una hoja de lechuga de la gran ensalada, en donde nada es seguro, y por lo mismo, los seres humanos tienen la facultad de adaptarse a los nuevos espacios que tenga que diseñar para su sobrevivencia.

Y es así como llego al análisis de resultados de esta investigación. La cultura está viva, por eso se transforma, porque quienes la viven la adaptan según sus necesidades. No hay ni debe haber un reglamento irrompible, todo lo contrario, las personas asignamos un sentido a través de una razón a lo que nos rodea.

Conoceremos pues, qué es lo que en los habitantes de Zinacantán, Chiapas ha intervenido para que su cultura tsotsil permanezca viva con cambios notorios hasta por ellos mismos. A través de la perspectiva de los Estudios Culturales con enfoque en las Mediaciones Múltiples, cuáles han sido los factores materiales, cognitivos e institucionales que han intervenido para comprender su actual perspectiva de vida con referencia al posh, esta **bebida que a través de los años ha heredado un legado espiritual y psicológico a las actuales generaciones tsotsiles y tseltales en sus procesos históricos y sociales**, que le ha dado razón a su actuar y que sin dudar, en unos años más se amoldará nuevamente a los constantes procesos de la globalización.

Es tiempo entonces, de presentar los resultados obtenidos luego de la aplicación de las técnicas cualitativas desarrolladas durante el trabajo de campo. A continuación, se exponen los que la autora considera han sido los que han intervenido fundamentalmente para el **cambio de percepción o sentido** que algún porcentaje de la población del municipio de interés tiene con relación al posh, la bebida elegida por el pueblo y sus ancestros para usarla en ceremonias, celebraciones y festejos.

6.1. Resignificación del posh por los indígenas tsotsiles de Zinacantán

Recordemos que es Canclini (2004) quien habla acerca de las relaciones simbólicas dentro de una sociedad, en donde existe él asegura que existe una **circulación de bienes y mensajes**, pero también **cambios de significado**, él señala que este cambio puede ser "de una instancia a otra, de un grupo a varios" (p.35). Esto considero también aplica de una persona a otra, ya que cada persona construye su propia realidad, y lo que comparte es su subjetividad.

El ser humano construye su mundo a partir códigos que luego estructuran mensajes en donde se transmiten necesidades de diferentes ídoles. Es a través de un proceso de comunicación que los mensajes transitan de una persona a otra, ya lo propone Weaver y Shannon (1948) con su modelo matemático.

De igual manera, David Berlo (1979), estudioso también de la comunicación, propone una teoría más analítica y detallada -más completa que la matemática-, en donde asegura que hay factores en cada uno de los elementos del esquema de la comunicación (emisor, mensaje, canal y receptor), que influyen en la recepción de los mensajes, específicamente, **la cultura** tanto del emisor y receptor, porque son los procesos sociales individuales los que determinan su visión.

El ser humano es también, el único ser que coloca una carga cognositiva según su interés a las cosas, acontecimientos y acciones que le rodean. Por lo mismo, la libre oportunidad de asignar significados es amplia y una vez que se considera la posibilidad "se hace común", diría Fernández y Dahnke (1986).

Al interior de un poblado, el hacer común algo, se convierte en **tradición oral**, estas palabras claves que a diferencia de la oralidad, el proceso de comunicarse a través de la palabra hablada, hacen de la palabra una riqueza heredada: "Nace entre las sociedades para transmitir, de generación en generación, ciertos mitos, leyendas, gestas o sucesos de la comunidad, que le dan cohesión y forman parte de su autoconciencia" (Garay, 1994:15).

Efectivamente, otorgan sentido y razón a la existencia de la persona a través de su cultura, que como mencioné anteriormente, la cultura, a mi criterio, es **todo aquello espiritual, ideológico y material** que rodea al individuo, se rige siempre por la temporalidad y le otorga un sentido a la existencia humana. No cuenta con un modelo específico como tal, debido a que está en constante movimiento y avanza según la especie humana.

Con ese entendido, retomo entonces lo que Clifford Geertz (1992) menciona cuando explica que la cultura no es una ciencia de la que se esperan fórmulas, lo que se busca son las significaciones y lo mejor de todo, **comprender los procesos y las significaciones en ellos**. En este trabajo he intentado comprender esos procesos cargados de significaciones que se han visto mediados por factores que las mismas personas que viven su cultura se han apropiado y han sido los detonantes para una serie de cambios, que no pararán. Por lo mismo, solo debemos comprender.

En un principio el posh, esta bebida ancestral artesanal, es utilizado, incluso ahora por los ancianos, a través de cinco usos elementales que va desde el **religioso, ritual, social, político y medicinal**. Todos esos usos tienen una razón de ser, beber posh es parte de reconocerse como parte de un grupo, de una identidad.

En el ámbito religioso, los actuales ancianos se lo ofrecían -y ofrecen- a sus imágenes, que al mismo tiempo que los visten con la indumentaria tradicional de Zinacantán, rompen el sistema jerárquico con la imagen, y se centran en la espiritualidad con un ser superior a ellos. Haré la especificación acerca de los ancianos, porque son ellos quienes tienen el conocimiento que por tradición oral y a través de la práctica recibieron de sus familias.

Los jóvenes también conocen la tradición oral y la práctica, pero a diferencia de sus abuelos y de las personas mayores, tienen más factores alrededor suyo, que sus ancestros no los tuvieron, que han intervenido en sus procesos cognositivos para retomar las mismas prácticas. La generación adulta, está en un proceso de transición, porque están en medio de las dos generaciones.

El contexto de cada persona influye en la formación de ideas y de su propio mundo, el desarrollo personal de las personas, su contacto con el exterior, la educación, la apertura a otras religiones, las instituciones gubernamentales, medios de comunicación y de otra índole intervienen para que las personas cambien su percepción hacia las cosas, en este caso, hacia el posh.

La comunicación, en el sentido matemático expuesto por Shannon y Weaver (1948) en donde se analiza al transmisor, señal, receptor y destino, hace falta el ruido, mismo que después se agregaría al canal de la comunicación. Este ruido que puede o no ser ambiental, también radica en el interior de las personas porque obstruye, obstaculiza y le permite el análisis de la información consigo mismo para aceptar, rechazar o negociar el mensaje que recibe.

Para que una comunicación exista por supuesto que el emisor debe conocer al emisor para estructurar un mensaje. Sin embargo existen barreras internas que en ocasiones no son evidentes y que en los Estudios Culturales se llaman Mediadores múltiples. La propuesta que nace en los estudios interdisciplinarios, no sólo es comprender a las personas desde sus contextos, para así poder emitir un mensaje o comprender la respuesta recibida, si no también conocer el contexto del receptor.

Al unificar estas cualidades a través de una nueva mirada, es que se puede comprender y apoyar a los "otros", que son diferentes a mí, pero que no son ajenos a mi persona. En las municipios y comunidades de los Altos de Chiapas, principalmente indígenas; esto es algo que tienen presente, se reconocen como diferentes, pero existe la solidaridad. Creo que quizá muchas veces cuando se habla de interculturalidad, personas para las que son nuevos los términos, los ligan de inmediato al indigenismo por esta razón.

Existen **cambios sociales** (acciones, representaciones) y por ende **cambios culturales** (cosmovisión y actitudes hacia el posh) en el actuar de las personas de los Altos de Chiapas referente a la forma y manera de integrar la bebida a los roles de vida "este camino permite a la comunidad encontrar sus propias formas de desarrollo y normar sus criterios en la toma de desiciones, desde el grupo familiar y vecinal" (De la Torre en Marks, 2005: 10).

Debido a que los tsotsiles son una cultura viva, está en constantes cambios, que parten desde la **conciencia individual** para hacerla **colectiva**; los cambios se manifiestan de una forma natural: "Para los zinacantecos, como para todos los pueblos, **el cambio es la regla y no la excepción**; la novedad de una generación se convierte en tradición para la siguiente" (Marks, 2005:15)⁶⁰.

Con anterioridad, los habitantes de los municipios, comunidades, ejidos o colonias han reproducido las mismas actitudes y acciones para con los suyos, y de esta manera es que se vuelve una acción inhata, no se dan cuenta en qué instante lo adoptan, desde que nacen y crecen se percatan de que la solidaridad está en la familia y su alrededor. Asumen sus responsabilidades y también gozan de los beneficios que vivir en solidaridad les otorga.

Eso es parte de la identidad de nuestros pueblos originarios en Chiapas. Sé que no puedo unificar a todos, pero sí de su mayoría, en las buenas y en las malas está la solidaridad. El posh, junto con la vestimenta, gastronomía, arquitectura y demás elementos; se han convertido en un imaginario social⁶¹ que ha trascendido a nivel internacional. Por eso los pueblos de la zona Altos son los ideales para ser visitados por el turismo, Zinacantán y San Juan Chamula son muestra clara de ello.

Ahora bien, explicar el proceso por el cual ha pasado el posh y la manera en la que se han ido **transformando los procesos sociales** cotidianos con relación al posh en el municipio de Zinacantán y sus comunidades, parajes y colonias es diverso, pero todos tienen algo en lo que coinciden: la gran mayoría de habitantes conservan un litro de ello cuando menos en su domicilio.

⁶⁰ Las comunidades no son estáticas, cambian, se re-construyen. El cambio, la transformación, la adaptación, el movimiento, la transición es histórica, es un elemento constante que da cuenta de nuevos espacios y elementos, de nuevas estrategias para construir identidades, que dan cuenta de "culturas en movimiento".

⁶¹ Hago referencia al imaginario social, porque también es cierto que existen factores en sus procesos sociales que han intervenido para que las personas vistan exactamente igual su indumentaria. En ocasiones, las generaciones jóvenes principalmente, sustituyen la falda por un pantalón de mezclilla, la trenza con listones por el cabello suelto o con pasadores con brillos, las sandalias de plástico por zapatos altos como sandalias o zapatillas, agregan una bolsa de piel o charol, o diferentes elementos que han insertado por comodidad individual.

Eso tiene un significado, algunas son las personas que han transformado su percepción del posh, algunas no han transformado nada o algunas más han cambiado alguna de sus percepciones "tradicionales" nadamás. Esto es lo que se analiza, y los mediadores múltiples que se encontraron influyen en las personas para que las personas tsotsiles de Zinacantán y del grupo *Bolom ton* le otorguen otro sentido al que originalmente el pueblo algunas veces mantiene.

Serrano (2007) señala que las mediaciones sociales se plantean como **operadores de las visiones de la realidad** y pueden ser **materiales, cognitivos o institucionales**. Barbero (1987) conceptualiza a las mediaciones como una instancia cultural desde la cual los **significados y sentidos son producidos y apropiados** por la audiencia. Por lo mismo, estas son el principio para recrear un significado, debido a que cada interpretación es subjetiva, cada una será mediada por cualquier factor antes mencionado (cognitivo, institucional y material) que generará una nueva interpretación para una acción.

Orozco (1992), también analiza las mediaciones sociales, habla de **recreación de significados** como también de la **recreación de sentido** desde un individuo hacia su contexto (cosas o acciones). Definitivamente el **contexto socio-cultural** en el que el individuo se encuentra es un factor que interviene en la mente de la persona para que **reproduzca, de sentido, se apropie o resignifique** alguna acción.

Referente al contexto socio-cultural en el que el individuo desarrolla sus habilidades para significar o asignar sentido a la interacción con los demás, Barbero (1987) refiere tres ejes: la **cotidianidad familiar**, la **temporalidad social** y la **competencia cultural**. Si bien estos tres factores influyen en la formación de la visión individual al mundo. Serrano (2007) por su parte, indica que las mediaciones múltiples se analizan desde los factores cognitivos, materiales e institucionales en los individuos.

En el desarrollo del análisis de los resultados, de esta investigación, se pueden observar dos de los tres tipos de mediaciones. Por un lado, encontramos el mediador **cognitivo**, desarrollada de manera individual; con ella se piensa y acciona (Serrano, 2007); y es también donde se le asigna el valor emotivo y valorativo que produzca en nuestro interior.

Es precisamente lo que las personas tsotsiles viven con el posh, a través de sus propios procesos cognitivos forman un nuevo criterio del posh dependiendo de los factores que a cada uno involucre como lo es la cercanía de un familiar alcohólico, o el ingreso económico que pueden obtener al colocarlo a la venta en especie de souvenir -tan sólo por mencionar un ejemplo-.

Los mediadores **materiales**, aquellos en donde se ubican a los aparatos de los medios de comunicación que van desde los medios impresos o digitales como el teléfono celular, la computadora, la radio, la televisión, el cine, el periódico, la revista, los espectaculares, ect. Es por ello que considero que el contacto con el internet y el uso de las redes sociales en las generaciones más jóvenes también son un factor de cambio en sus acciones o pensamientos.

Los mediadores **institucionales**, considerados aquellos organismos o grupos sociales que persiguen la realización de algún fin o propósito; son instituciones que tienen la facultad de realizar aportes en el ámbito educativo, político, en materia de salud, orientación, justicia; en la ideología (política o religiosa) o en el ámbito económico o social (AA, Protección al medio ambiente, etc.). La familia, es una de las principales instituciones después de la religión y la escuela, que interviene en cada individuo para formar su visión referente al mundo que lo rodea.

La cercanía de los hospitales y de las instituciones escolares, es ahora una nueva oportunidad para los habitantes de Zinacantán; les permite decidir según sus procesos sociales, que sin duda intervienen en sus prácticas cotidianas.

Algunas de las categorías que la autora considera también a desarrollar son los **nuevos usos de la bebida: El gastronómico y económico (instrumental)**, esto por la trascendencia que ha marcado.

A través de las herramientas metodológicas con la perspectiva de los mediadores sociales⁶², durante la investigación y en el trabajo de campo, se detectaron categorías de

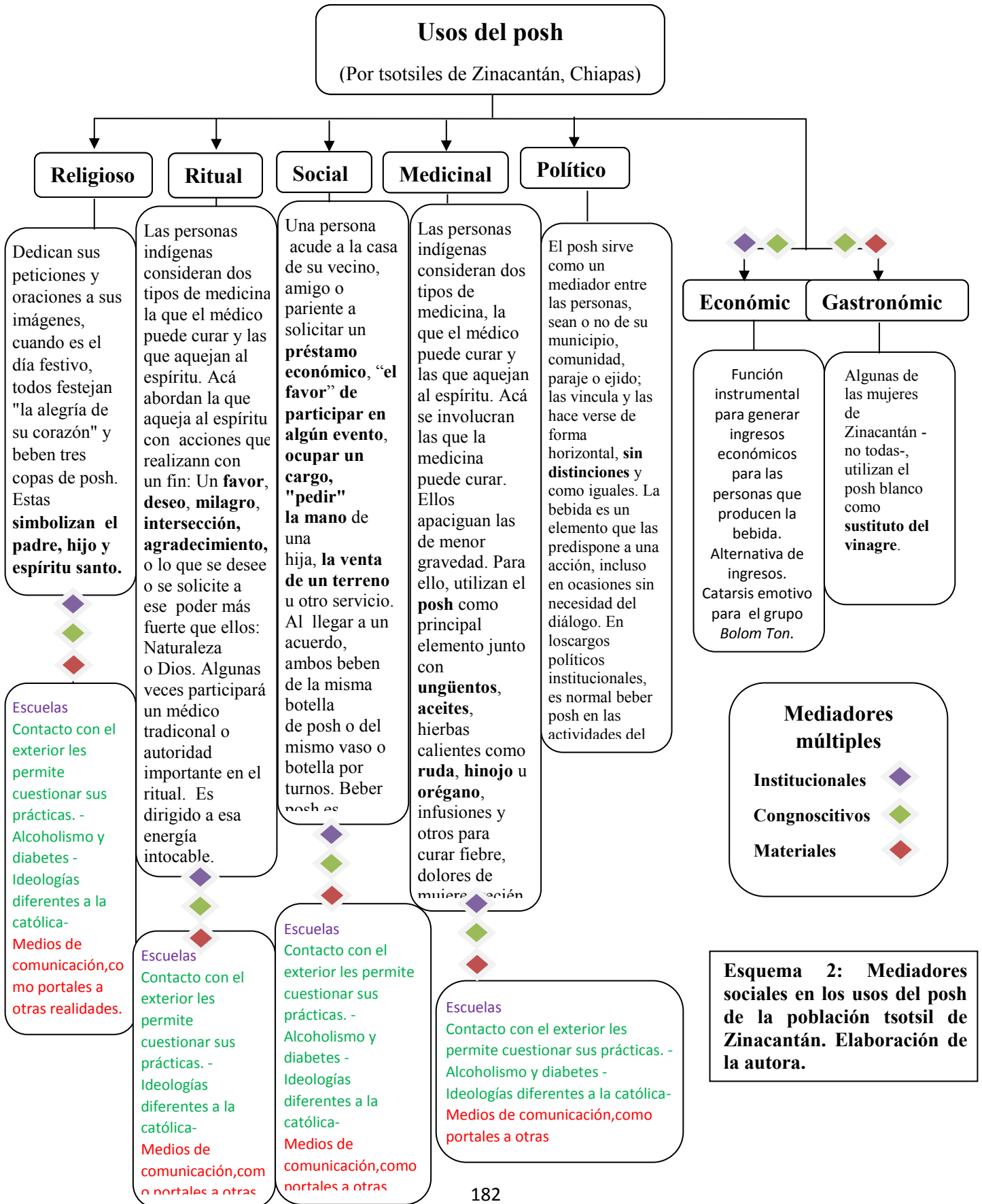
⁶² Desde la comunicación y con la perspectiva de los Estudios Culturales, la investigación denomina el concepto como Mediadores Múltiples. Sin embargo, en algún momento se consideró por sugerencia de la co directora llamarlos Agentes de cambio, esto, visto desde la psicología en donde también son

análisis importantes que intervienen en el uso tradicional de la bebida en los indígeas tsotsiles de Zinacantán, el caso específico de la cooperativa *Bolom ton*.

Se intentó hacer una clasificación expresa de la manera en la que cada mediador múltiple interviene en cada uso que las personas ocasionalmente realizan o realizaban con la bebida. Sin embargo, considero también que no solamente un mediador se ve involucrado con la modificación de la percepción, dependiendo del contexto de la persona, todas pueden tener más de tres. A continuación, presento las categorías de análisis⁶³:

clasificados para su análisis, debido a que intervienen en la comprensión, emisión y/o formación de un criterio individual para darle sentido a la vida de cada individuo.

⁶³ Debido a los tiempos académicos comprometidos de entrega, los demás esquemas del capítulo VI, no se realizaron en el software Atlas.ti y fueron hechos manualmente. El tratamiento de la información en futuras investigaciones se realizará acudiendo a un software cualitativo: Atlas.ti



6.2. Mediadores múltiples que generan una nueva visión de la bebida en los tsotsiles de Zinacantán y *Bolom ton*

Como se expone en el mapa que apertura este capítulo, son los usos religioso, ritual, social, medicinal y político los que se analizarán. Aunado a ellos, también los usos económico y gastronómicos se abordarán como nuevos en la utilidad. En el mapa los mediadores múltiples están orientados con colores, el institucional, cognitivo y material.

Para que las personas tsotsiles asuman una nueva postura ante un mismo objeto simbólico, intervienen factores con la clasificación antes mencionada. A continuación los detalles.

6.3. Categorías de análisis según los usos del posh

Mediadores en el uso religioso

Si bien es cierto, tener un cargo dentro de Zinacantán es sinónimo de prestigio dentro de la población católica, por lo menos en el tiempo que el cargo dure. Como se mencionó en el apartado religioso, es necesario que las personas que asuman un cargo tengan un dinero ahorrado o que tengan a alguien a quien recurrir para solicitarle un préstamo económico y así solventar sus gastos junto con los que dependan de él (familia).

Al comprometerse en un cargo las personas no trabajan en la agricultura, no se dedican a su negocio ni a nada que comúnmente les retribuya económicamente, deben estar disponibles para el cargo todo el tiempo, él⁶⁴ y su familia.

Tener un cargo no sólo implica prestigio sino una derrama económica importante para quien tenga y su familia, es común que las familias ahorren por varios años para poder llevar un cargo o que se pidan préstamos (Domínguez, 2012: 45 - 46).

El precio es muy alto por el prestigio, por ello, actualmente son muchas las personas a las que les preocupa esa responsabilidad, al grado que cuando se les ofrece algún cargo,

⁶⁴ Escibo que él, debido a que son sólo los hombres los que reciben un cargo en la Zona Altos.

ellos lo rechazan y muchas veces optan por asumir otra religión distinta a la católica. Algo que antes no sucedía, pero las personas de Zinacantán adjudican esta acción a los elevados costos de los cargos:

Todo es para la presidencia (el dinero), y la gente pobre sufre. Muchas veces la gente pasa a las casas a pedir apoyo en nombre del santito al que esté sirviendo el mayordomo y dicen: "Vengo en nombre de San Lorencito, para ver con cuánto me puedes apoyar. Si no tienes dinero no importa, dámelo en un pollo o dos pollos y cuando yo termine mi cargo yo te lo voy a pagar". Algunas personas sí te lo devuelven, otras no (María Flor López González, artesana de Zinacantán).

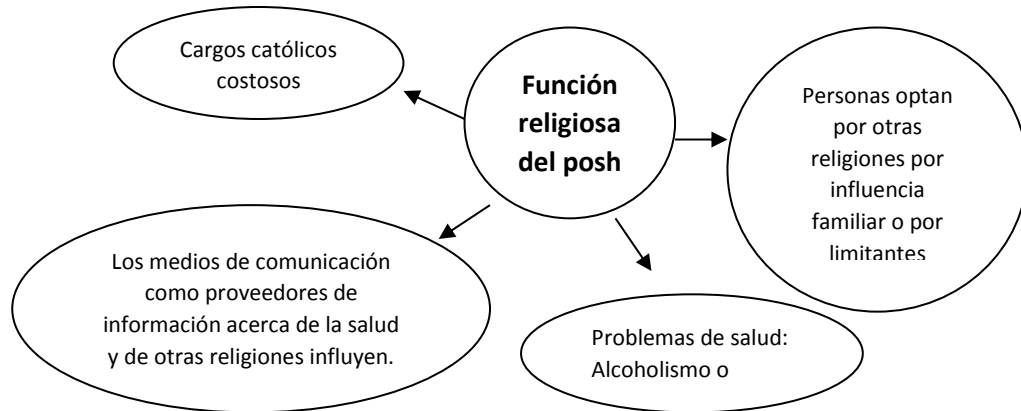
Las personas en su totalidad, saben que el posh es una **bebida integral**⁶⁵ en la vida de los habitantes de la región Altos. Esas personas, aunque se hayan cambiado de religión o hayan nacido en un hogar que es distinto al católico, conocen las funciones en las que se utiliza en su comunidad o municipio; aunque no las reproduzca: "En ninguna parte de la biblia dice que es malo tomar *pox* o algo similar pero en la costumbre de este pueblo está presente en todo"(Gerónimo López, entrevista en Zinacantán).

El factor **ideológico** referente a la bebida es conceptualizado de manera distinta, aunque muchos la beban, ellos la observan de manera diferente. Incluso, desde la óptica del protestantismo, el posh es una bebida alcohólica que causa daños severos al organismo de las personas y divide a las familias hasta desintegrarlas.

Através de sus procesos cognoscitivos, existene elementos que bloquean la aceptación de que algún familiar o ellos mismos beban posh: Porque algún familiar está enfermo de azúcar, es alcoholico o por que desde la religión, el acohol es dañino.

⁶⁵ Considero a la bebida integral por la cantidad de usos que las personas tienen con el posh, de alguna u otra manera otorgan un sentido a su vivir.

Esquema 3: Mediadores cognoscitivos, institucionales y materiales ante la función religiosa del posh.



Fuente: Elaboración de la autora con la información de trabajo de campo y análisis.

Las personas que no son católicas, se limitan a reproducir las prácticas que las demás personas de su comunidad, poblado o ejido realizan en donde involucran al posh. Los motivos por los cuales se cambian de religión son la mayoría de veces por el factor económico que los cargos requieren o porque las personas tienen familia cercana con otra influencia doctrinal "La conversión religiosa puede interpretarse como una estrategia para afrontar la creciente incertidumbre de la crisis" (Mosqueda, 2013: 62).

Así como ahora las personas tsotsiles tienen la oportunidad de elegir entre una y otra religión, en caso de que no estén conformes con la católica, la que la mayoría de personas profesa, también tienen la oportunidad de elegir estudiar o no además de que dentro de la cabecera municipal ya tienen muchas opciones, incluso la universidad.

Sin embargo, también son los mediadores institucionales (iglesias o centros AA) que influyen para que las personas resignifiquen su manera de pensar frente a posh. Si alguno tiene un familiar que asista a otra iglesia, será suficiente para tener poco de influencia para analizar la posibilidad de cambiarse de religión.

En el caso de los AA, son instituciones de apoyo a las personas que han recaído en el alcoholismo y que pueden cambiarsu situación; incluso, el que tengan a algún amigo o familiar enfermo de cirrosis u otra enfermedad con relación al alcohol, también es factor que influye en las personas para continuar o no con la tradición de beber posh en las celebraciones.

"Me ha tocado ir a recoer a mi hijo a donde me avisen que está tirado", señala María Flor López González, poshera de sabor de Zinacantán, quien asegura que el alcoholismo de su hijo influyó para que ella no vendiera el posh con su cantidad de grados original. "No queremos promover el alcoholismo, de por sí es un problema eso".

Pero ¿de qué manera la escolaridad ha sido un beneficio en la vida de los pobladores zinacantecos? En el siguiente apartado conoceremos más acerca de la población que decide estudiar en Zinacantán o fuera de su poblado.

Mediadores en el uso ritual

Los "ancianos" son las personas mayores de la población, por su edad son respetados, cuentan con gran conocimiento histórico, conocen a la perfección las tradiciones y costumbres que aún reproducen en su pueblo. Se les guarda respeto en actos públicos o en la vida cotidiana. Son personas que sirven "como ejemplo" en la población debido a que mantienen firmes sus convicciones y creencias.

En Zinacantán sólo sé que quedan alrededor de cinco ancianos de los meros meros. Mariano Sánchez González de 72 años, Miguel de la Torre Hernández de 76 años, Antonio Pérez Gerónimo de 85 años, Mariano Vázquez Gómez de 77 años, ellos son los más destacados. Hay uno de 98 años, es Manuel de la Cruz Vázquez, pero los primeros son los buenos. Aquí en Zinacantán se tiene la costumbre de respetar a este tipo de ancianos, se les dicen *moletikes*. Por su edad se les toma en cuenta y por su conocimiento, ellos saben a detalle como son las costumbres y como se deben realizar (Walter Vázquez, Zinacantán).

Por ello, es que los *moletikes* son las personas que han enseñado a sus hijos la forma en la que han de llevar su vida y en la que deben involucrar el posh con sus diferentes

facetas y acontecimientos, sin embargo, son los actuales nietos, los hijos de los hijos de los ancianos, quienes no siempre reproducen esas prácticas.

En su mayoría, los jóvenes actualmente tienen más oportunidades para ingresar a la primaria, secundaria, preparatoria y universidad. En la cabecera municipal los jóvenes tienen acceso a la Normal Intercultural "Jacinto Canek" que es estrictamente para hablantes de una lengua originaria, por ello de diferentes regiones de Chiapas asisten alumnos a esa universidad en Zinacantán, una de las más importantes en los últimos años.

Niños y jóvenes de las comunidades y parajes de Zinacantán recurren a las escuelas más cercanas a sus casas que siempre en turno matutino. En la cabecera municipal hay dos primarias "Melchor Ocampo" y "Dr. Manuel Gamio". En cuanto a la secundaria, la mayoría se queda en las diferentes escuelas de Zinacantán como la Técnica 105. Son algunos los que asisten a la Escuela Secundaria "Miguel Utrilla"(mejor conocida como "la Federal") o a las telesecundarias, ambas en San Cristóbal, ciudad vecina a 15 minutos de distancia.

Asistir y tomar clases en preparatorias como el Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica (Conalep), Centro de Bachillerato Tecnológico Industrial y de Servicios (CBTIS), la Prepa del Estado, Colegio de Bachilleres de Chiapas (COBACH) plantel 58 y plantel 11(algunos en en el turno matutino o vespertino) es cada vez más frecuente. Algunos optan por el COBACH en Nachig, una comunidad de Zinacantán o por el Telebachillerato 49 "Vaxakmen" que es en el turno vespertino en la cabecera municipal.

Los taxis de Zinacantán a San Cristóbal también tienen gran demanda de uso por jóvenes que estudian la universidad, aquellos que no estudian en la "Jacinto Kanek", lo hacen en Universidad Intercultural (UNICH), la Normal Larráinzar, la Normal Experimental, la Universidad de los Altos de Chiapas (UACH), la Universidad Autónoma de Chiapas (UNACH) en la carrera de derecho y sociales o escuelas particulares como la José Manuel de Rojas.

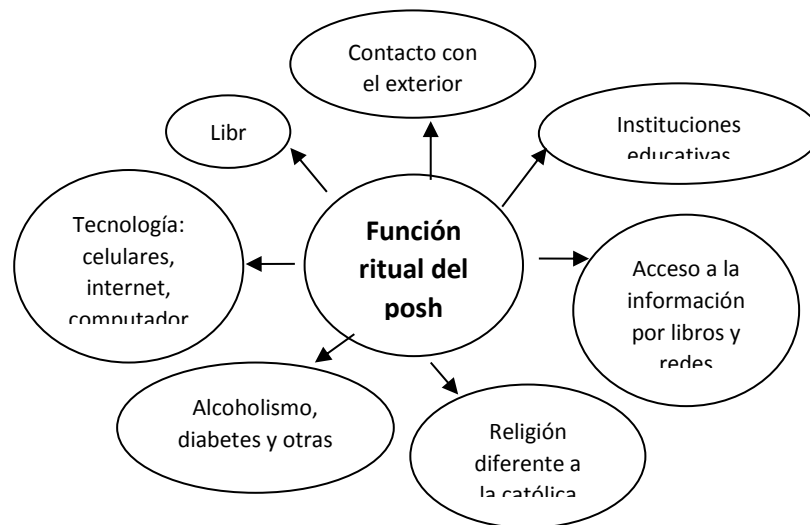
En el caso de aquellos que tienen el respaldo económico mayor por parte de sus familias, optan por la capital chiapaneca, y en Tuxtla Gutiérrez asisten a la Universidad

Pablo Guardado Chávez (UPGCH), la Universidad Autónoma de Chiapas (UNACH), la escuela "Maniquí", dedicada al diseño de modas entre otras públicas o privadas.

Afirman que quieren estudiar una carrera y tener un título que avale sus conocimientos y que produzca una identificación que presuponga la existencia de un saber especializado y una utilidad; pero también que permita una identidad que les permita "ser alguien" y que sea una identidad estable y constante (Del Carpio, 2012: 29).

El contacto de los jóvenes zinacantecos con jóvenes provenientes de otros contextos, crea en ellos algún cuestionamiento acerca de sus prácticas rituales. No las abandonan, pero existen perspectivas que los libros, los maestros, el acceso a la información, a la tecnología, a otros espacios, a otras formas de pensar, a otras formas de vivir, hacen que las generaciones jóvenes cuestionen los elementos y prácticas tradicionales de sus comunidades.

Esquema 4: Mediadores que intervienen en la función ritual del posh.



Fuente: Elaboración de la autora con información del trabajo de campo y análisis.

El posh es un claro ejemplo de ello, las jóvenes -en su mayoría- no están interesadas en dedicarse a esta actividad dentro de su función instrumental económica y en ocasiones en sus prácticas rituales, medicinales y religiosas.

Las personas con una religión distinta a la católica también tienen una ideología con una referencia que varía, no veneran a las mismas imágenes y tampoco piensan lo mismo del posh. Al igual que el uso social, interviene para que las personas asuman una nueva postura ante el uso de la bebida. Personas con familiares enfermos y con otras ideologías son fundamentales en sus decisiones.

Si bien es cierto, a las nuevas generaciones jóvenes de Zinacantán, se les aperturan más puertas educativas, que en algunas ocasiones están a unas cuerdas de su casa y en otras más deben caminar con la mochila al hombro para asistir a las clases, principalmente en niños de ejidos que van a la educación primaria.

Sin embargo, la educación es un derecho que muchos actualmente tienen y asumen como suyo, a diferencia de las generaciones de "ancianos", en donde no tuvieron la opción de decidir, sino de trabajar para aportar a su hogar. Si bien "en su tiempo" existían escuelas, estas estaban muy lejos y sus aspiraciones, nada tenía que ver dentro de una escuela. Esa es la manera con la que ellos crecieron.

También es cierto que las nuevas generaciones conocen las tradiciones de sus familias y por ende de su pueblo, muchos no las reproducen por diferentes motivos: por pena o porque su contacto con el exterior les permite tener otra perspectiva (de análisis) sobre las acciones que en su ciudad de origen se realizan.

El fenómeno de discriminación y exclusión es relevante debido a que ellos, los jóvenes que pertenecen a una etnia -no sólo los tsotsiles- han aprendido a perpetuar elementos de sus comunidades como la lengua, el oficio, la ropa, sin embargo en la escuela esto en reiteradas ocasiones son motivo de vergüenza y también de discriminación.

Pero por si eso fuera poco, las personas jóvenes tsotsiles, al asistir a una institución educativa, se han convertido en jóvenes críticos y analíticos gracias al contacto con los

diversos medios y herramientas de comunicación, en donde tienen información variada a su alcance. Esto sin omitir, el contacto que tienen con sus demás compañeros en donde conocen también su perspectiva de vida.

Nada más ilustrativo que los testimonios que a continuación expongo, expresiones de las personas de la cabecera de Zinacantán que después de decir lo que deberían creer, hacen un análisis, desde sus propios procesos cognitivos y emiten un juicio:

A veces la gente dice que en el traste de sal que se coloca en el altar de muertos aparece en un dedo marcado, como si "alguien" agarrara un poco con el dedo (señala el índice) para comerlo con el chayote. Yo no creo que el muerto marque su dedo (Isabel Hernández, estudiante en Jacinto Kanek)

Las personas acá en Zinacantán utilizan el posh para curarse y a veces se combina con hierbas como la ruda, pero si se analizan los ingredientes, todas son hierbas calientes que hacen que la temperatura del cuerpo suba y ayude a eliminar la frialdad o dolores estomacales (Carmen, estudiante en Cobach 58 en San Cristóbal).

En los altares de muerto se coloca una copita de posh, a veces dicen que el vaso amanece por mitad o vacío, y dicen que es porque vino el muerto a beberlo, pero yo pienso que es porque se evapora por el calor (Juana, estudiante de Cobach 11 vespertino).

Si está cayendo granizo se truenan cuetes en el cielo porque que el ruido del cohete desmorona los granizos, y así no hay pérdidas en las frutas y en las flores. Antes de eso,(las personas que truenen los cuetes) se deben tomar sus copas de trago porque si no el cuete no va a subir, y hasta el cohete "lleva" porque se echan una cuba (a la boca) y los soplan para que vayan directo y hasta arriba del cielo. Pero yo digo que no lo hacen por las frutas, sino para que el granizo no se rompa el naylo de los invernaderos y no tengan que comprar más. (María Elena Gómez, estudiante en Jacinto Kanek).

En este apartado se puede comprender que las personas son diferentes "están reinventándose para intentar construir identidades valiosas" (Del Carpio, 2012: 230), ellas no creen a primera instancia de todo lo que se dice se usa el posh, son críticas y analíticas de su entorno. Explican los fenómenos a través de la ciencia, no de las experiencias empíricas, esto debido a la escolaridad.

Aunque lo cuestionen, algunos aún reproducen lo que sus familias les han enseñado: Bañar a las gallinas antes del guiso con posh o beber trago cuando las mujeres tortean y beben en cada proceso -en donde dicen es para que todo salga bien, no se quemé lo que cocinan, alcance la comida o lo que se esté preparando para todos los invitados o asistentes-. También cuando usan posh para que las malas energías se vayan y para que el diablo "no juegue" (no intervenga) en las cosas que las mujeres cocinan, son cosas que aún creen fervientemente funciona.

En donde también el uso del posh aún funciona -en algunas personas-, es en el ámbito social, en donde siempre las personas acuden con una botella de posh para hablar, apaciguar molestias, eliminar malas vibras, pero sobre todo para cerrar acuerdos. Así que a continuación, la influencia que otras bebidas alcohólicas industrializadas ha tenido en la población de Zinacantán se refleja en sus celebraciones y festejos.

Mediadores en el uso social

"La estructura, génesis, desarrollo, mantenimiento, transformaciones y 'disolución' de la identidad personal son constitutivamente sociales, es decir, se producen o construyen a través de procesos sociales de interacción"
(Del Carpio, 2012: 256).

Zinacantán es un municipio con muchas personas que sufren de **diabetes** pero son pocas las que están diagnosticadas y tratadas; esto principalmente por el consumo de carbohidratos y azúcar en los refrescos con gas, la bebida por excelencia en la zona Altos, es la coca cola.

A diferencia del posh, su consumo es aun más agudo porque además de las actividades importantes en donde se consumo posh, el refresco es de uso cotidiano. Es común que las familias prefieran tomar refresco que agua durante las comidas, en ocasiones se ingieren varios litros por día de diferentes refrescos(Domínguez, 2012: 54).

Otra de las enfermedades por la cual no beben posh las personas es el **alcoholismo**, una de las más frecuentes en hombres que superan la regla de "tres copas" que significan "el hijo, el padre y el espíritu santo", en cada evento al que se asiste.

Dentro del grupo *Bolom ton*, las mujeres rebajan el posh al que le colocan sabor porque su intención es no fomentar el consumo de posh debido a que la mayoría de ellas tiene a algún familiar, amigo o conocido que ha caído en el alcoholismo. Una de ellas aseguró que su hijo empezó a beber desde los 16 años posh y ahora consume cerveza. Ella señala que su hijo tiene 23 años, y que ha tenido que ir a "recogerlo"⁶⁶ a donde le digan que está tirado.

Precisamente por ello, ellas venden el posh con la intención de obtener ingresos pero no para fomentar el alcoholismo que desencadena la violencia o maltrato físico y verbal, saben lo que eso significa y se resisten a avivarlo "el posh de sabor es para que lo degusten, incluso después de la comida como digestivo ayuda, está rebajado porque no fomentamos el alcoholismo. Es también un buen aperitivo" (Rosy Ruiz, artesana del posh).

En donde el posh sí tiene mayor difusión es en los festejos religiosos y celebraciones sociales, en ellas habrá siempre posh, sin embargo lo que pude observar es que el posh es la **bebida por excelencia que apertura los festejos y celebraciones**, pero las personas optan por cervezas (embotelladas, en lata o en caguamas), tequilas, rones, brandys, vodkas y hasta whiskys para continuar la fiesta. Los medios de comunicación, principalmente la televisión y los comerciales han influido en la decisión de las personas que ahora tienen más opciones para optar con qué festejar o celebrar.

En uno de los principales festejos de Zinacantán, los días 1 y 2 de noviembre en el panteón, pude percatarme que las personas realizan una fiesta alrededor de las tumbas de sus familiares o amigos fallecidos, llevan música, comida y diversas ofrendas para

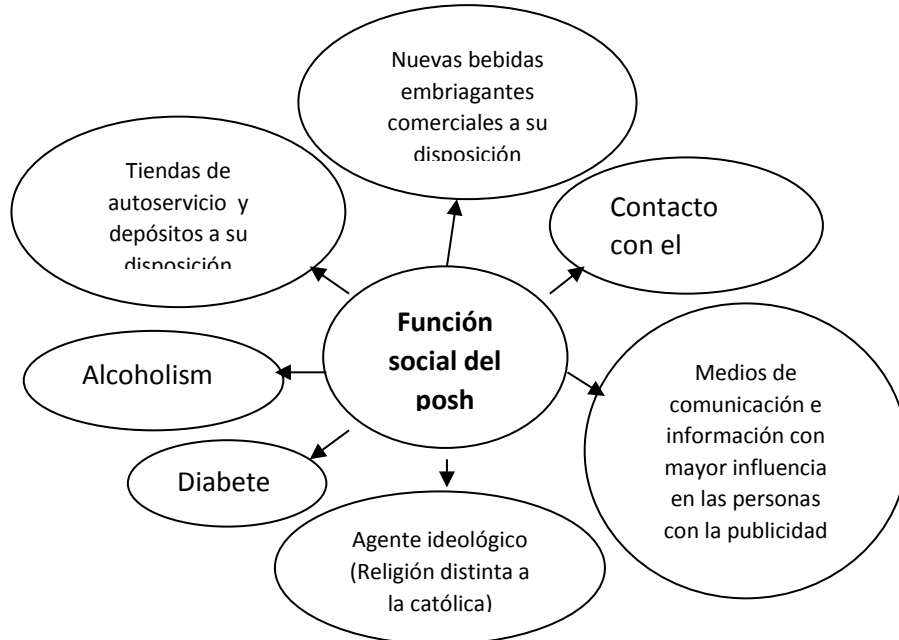
⁶⁶ Cuando las personas beben mucho alcohol, pierden el conocimiento y amanecen en cualquier parte de su casa o de su ciudad. Por ello, es que usan la palabra "recoger" a alguien, porque van por él o ella a levantarlo del piso.

realizar su propia fiesta, "para convivir con su muertito", pero en una o dos tumbas del panteón vi posh en un vaso pero a nadie observé consumiéndolo.

La complejidad del contexto actual es un generador de nuevas identidades, consecuencia de una mezcla entre la retomada y reafirmación de saberes locales, tradicionales, relacionadas con una amplitud de fenómenos de difícil entendimiento, generados y desarrollados con la globalización (Silva en Del Carpio, 2012: 215).

Era fácil distinguir la cerveza en cualquiera de sus presentaciones: latas, caguamas, presentación de botella de 335 ml, botellas desechables o retornables, y demás alcoholes en los convivios. Incluso de manera improvisada, una mujer vendía tendida en el piso del panteón sabritas, golosinas y tenía en venta sixs y una fila cajas de cervezas, pero no posh.

Esquema 5: Mediadores múltiples que intervienen en la función social del uso del posh.



Fuente: Elaboración de la autora con la información de trabajo de campo y análisis.

La expresión procesos de globalización nos sirve para designar de manera genérica a los numerosos procesos que resultan de las interrelaciones que establecen entre sí actores a lo ancho y largo del globo y que producen la globalización, es decir, interrelaciones complejas de alcance creciente planetario (Mato,2001:8).

Los cambios sociales se dan a través de proceso sociales que cambian, es el "crecimiento de la interconectividad de diferentes partes del mundo, proceso que ha dado lugar a complejas formas de interacción e interdependencia" (Thompson, 1998:200), estos procesos son el cominezo a un cambio que se extiende por todo el mundo.

En el caso de las bebidas alcoholicas, el consumo de las mismas ha permitido que estas tengan mayor alcance. Actualmente es muy fácil conseguir bebidas embriagantes en Zinacantán, existen depósitos de las más conocidas marcas. El gusto varía, sin embargo la que más observé son las latas de superior y modelo. Si las personas gustan de otras bebidas, asisten a vinaterías o a tiendas de autoservicio a San Cristóbal para adquirir lo que necesitan.

La oportunidad de que los depósitos de cerveza estén en Zinacantán o que las tiendas de comercio en donde se pueden adquirir bebidas son resultado de la globalización que se ha extendido a diferentes puntos del mundo. Incluso en la misma ciudad de San Cristóbal en donde hay gran variedad de tiendas que van desde Chedraui, Bodega Aurrera, los comercios del centro en donde los precios son más elevados o los autoservicios de 24 horas como los OXXO's.

Al igual que la educación, las bebidas alcohólicas han sido diversas a través de las generaciones gracias al abanico de posibilidades que se les otorga para que libremente elijan según sus gustos y comodidad. Los precios entre el posh y las bebidas alcohólicas embotelladas industrializadas no tienen punto de comparación, siempre la primera es más económica que las segundas.

Los empresarios en San Cristóbal como los comerciantes que invierten en un negocio local en Zinacantán, han encontrado un ingreso económico en ello, la oferta y la demanda han propiciado que estos comercios se expandan y que beneficie a ambos.

Con anterioridad, San Cristóbal, la ciudad más cercana y abastecida a Zinacantán, se separaba por un camino que no estaba pavimentado. Las personas cuando necesitaban ir a la ciudad tenían que caminar por la orilla, hacer lo que necesitaban y regresar antes de que se hiciera de noche para no correr peligro. No existía el servicio público de transporte, actualmente ahora los zinacantecos tienen la posibilidad de elegir entre taxis, urvans o su propio vehículo.

Anteriormente, las personas convivían con el posh porque es una bebida que predominaba en toda la zona Altos, las personas no contaban con un televisor en su hogar, y por lo mismo, no tenían más opciones -ni las necesitaban-. Actualmente, la mayoría de hogares cuenta con un televisor, conocen a través de la publicidad la variedad de bebidas embriagantes que en una tienda de autoservicio o depósito pueden fácilmente adquirir.

Los zinacantecos, al igual que muchas personas de diferentes municipios de Chiapas y México, tienen una fuerte influencia por los medios de información y comunicación, su contacto con el exterior es mucho más fácil que anteriormente; por ello, la elección de nuevas bebidas han sido una nueva propuesta que satisface también a su paladar.

De igual manera, el hecho de que los hospitales estén más cerca de los hogares Zinacantecos y que se haya extendido una gran apertura en materia de salud, ha intervenido en las prácticas medicinales en las que la curación la mayoría de veces era con posh, esta bebida tradicional.

Mediadores en la función medicinal del posh

Existen dos tipos de enfermedades que se diagnostican en las comunidades de la zona Altos, la primera son los malestares que un profesional puede curar con medicina alópata

(hospitales, medicamentos y médicos) y los otros que sólo pueden ser curados con medicina alternativa, o con ayuda de un *hiloletik*, médico tradicional⁶⁷.

El médico no ha reemplazado al curandero zinacanteco. En Navenchaut, la medicina occidental existe lado a lado con las ceremonias de curación zinacantecas, a las que se refieren como "tomar velas" (Marks, 2005: 21).

La mayoría de personas antes utilizaban el posh para curarse dolores estomacales, enojos, fiebres, calenturas, heridas cutáneas y demás. Ahora tienen dentro de la cabecera municipal la cercanía de varios hospitales lo cual les da la posibilidad de acudir a ellos en donde reciben la mayoría de veces la consulta de manera gratuita.

Cuando el dolor es un malestar "sencillo" acuden a tés, pastillas o jarabes que saben son efectivos. Si tienen alguna herida cutánea recurren a pomadas o al posh que rápidamente cura. En síntomas más graves acuden a los centros médicos para que sean diagnosticados.

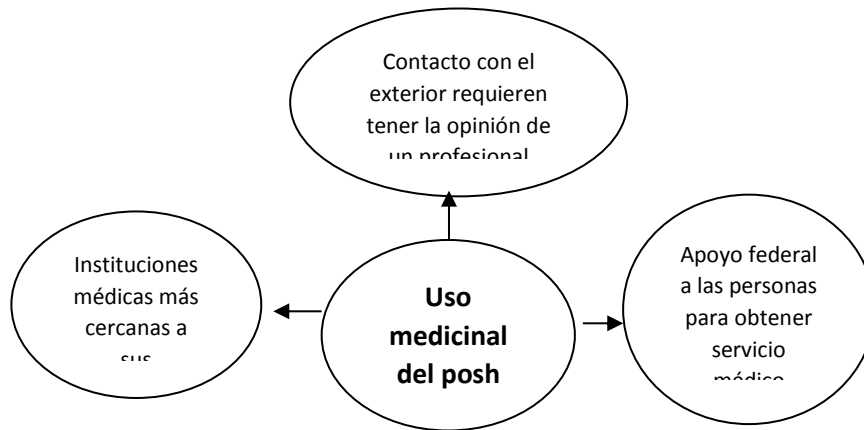
Pero hay enfermedades que las instituciones médicas no curan, tales como: Mal de ojo, envidias, sustoso males que aquejan al espíritu, entonces las personas acuden con el *hiloletik* porque es la tradición primero ir con la medicina tradicional y después con el médico especialista. "Acudo con un hospital para valorar y pedir una opinión 'profesional'", señala un joven de 24 años de Zinacantán, mientras que otro joven de 21 años asegura "voy a un hospital porque es muy grave mi enfermedad".

La mayoría de jóvenes a los que entrevisté, señalaron que conocen a muchos amigos que se han casado que cuentan con un botiquín de primeros auxilios y que utilizan más el alcohol etílico ahora que el mismo posh para cicatrizar heridas: "Las generaciones jóvenes son quienes viven, fomentan y se sienten más atraídas por elementos no tradicionales. Viven entre 'dos mundos' que no ven peleados ni divorciados" (Del Carpio, 2012: 215).

⁶⁷Se le denomina **médico tradicional** o **hiloletik**, algunas personas les llaman curanderos, lo cual dentro de la zona Altos no es correcto, quienes lo hacen son siempre personas ajenas a la población tsotsil o tseltal. Domínguez (2012) asegura que el hiloletik tiene el compromiso de curar a los demás porque es a través de los sueños que se les revela esa capacidad. Una vez que ha soñado, no puede negar al mandato pues puede enfermar o morir. Es por ello que acuden a hacer oraciones y a colocar velas.

Años atrás, al igual que las universidades, los hospitales estaban lejos; el más cercano era el Hospital Regional en San Cristóbal. Por ello, la mayoría de heridas cutáneas o malestares pequeños eran tratados en casa con posh como lo hacían las demás personas, en caso de una urgencia ellos tenían una solución práctica e inmediata.

Esquema 6: Agentes de cambio que intervienen en el uso medicinal del posh



Fuente: Elaboración de la autora con la información de trabajo de campo y análisis.

Actualmente, en la cabecera municipal existela casa de salud, las unidades médicas rurales de la Secretaría de Salud (SSA), la Unidad Básica de Rehabilitación e Integración Familiar del DIF, el servicio médico de la Secretaría de Desarrollo Social (Sedesol) con el programa federal denominado Oportunidades en donde las personas fácilmente y-y gratis-se pueden afiliar.

También está, en el centro del poblado el Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (ISSSTE) y el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) en donde son atendidos sólo aquellos que tengan el beneficio de los servicios de salud, está también el hospital de las Culturas en San Cristóbal en donde atienden situaciones graves como los partos riesgosos.

Incluso las personas que no acuden a ninguno de los anteriores, son tsotsiles (o de otra etnia) y radican en San Cristóbal, recurren a los servicios médicos del Hospital Regional, o

las consultas gratuitas en la Farmacia del Ahorro o con la farmacia Similares que mantienen tarifas bajas para dolencias no graves. Las opciones para la atención médica son muchas, a diferencia de años atrás en donde necesitaban soliciones inmediatas por las largas distancias a la institución médica más cercana.

Los problemas de salud que con mayor frecuencia presentan las familias de Zinacantán, son las gastrointestinales (diarreas). Según información proporcionada por las enfermeras del SSA, es la población infantil la más vulnerable. Acuden también adultos, hombres y mujeres de 35 años de edad promedio, asisten por tratamiento de hipertensión, diabetes, cortes con machete graves o con motosierra.

La mayoría de médicos son monolingües, hablan únicamente español, lo cual dificulta la comunicación con los pacientes, principalmente mujeres y hombres mayores que hablan solo tsotsil. Ese es un factor que influye para que las personas se resistan a ir al médico; sin embargo algunas veces hay enfermeras que sí dominan el tsotsil, o asisten acompañados de algún familiar que hable español para exponer sus síntomas.

Sin embargo, la lengua hace subrayar la necesidad de promover y fomentar actividades de capacitación en el personal que labora en las instituciones de salud, para que puedan tener conocimientos básicos de la lengua originaria de la comunidad o contar con intérpretes que permitan entablar la comunicación entre el paciente y el médico.

El servicio médico es un derecho que también se les ha acercado a sus hogares, lo cual influye en las acciones de las personas. Lo consideran una opción profesional para su pronta sanación.

Dentro de la medicina natural, las personas son expertas en buscar hierbas calientes que combinado con posh puede dar sanación a sus dolencias. Muchas personas son las que curan a su espíritu, aquello que el médico de profesión no puede curar con el *hiloletik* en donde encienden velas y se cura a la persona enferma.

Anteriormente, las personas en Zinacantán usaban el posh para curar enfermedades inmediatas para apaciguar las dolencias, curar las enfermedades y heridas de manera rápida

y efectiva. El hospital más cercano estaba en San Cristóbal y la carretera aún no estaba pavimentada.

El trayecto era a pie, y las distancias largas, a su manera, ellos controlaban con el posh, por su alto contenido en alcohol, un desinfectante y elemento en la medicina efectivo, es caliente para frotarlo, o lo suficientemente fuerte para cicatrizar una herida. Esta práctica es y seguirá siendo una realidad, seguirá estando vigente.

Ahora es tiempo de conocer los nuevos usos del posh. El gastronómico está mediado por los procesos individuales, por ello es que ahora esta bebida está en las cocinas de los restaurantes de "alta cocina" de San Cristóbal y también en algunas cocinas de Zinacantán.

Uso político del posh, no presenta mediadores múltiples

Las ideas de la cosmovisión que se le transmite a la persona con la autoridad política en el pueblo es trascendental, el reproducir las prácticas le permite continuar con el lugar privilegiado que ya tiene por haber sido elegido presidente municipal y por ende la comitiva. Repetir las acciones que heredan es respetar las costumbres y tradiciones:

Son ideas cosmológicas insertas en la costumbre y la tradición que les asigna un lugar privilegiado en el cosmos, que los hacía superiores aun de sus opresores ladinos, y que ahora es motivo de disputas internas para dominar el puesto moral privilegiado, valuarte cultural que les da pertenencia a la comunidad, a diferencia de los <<otros>> que han adoptado modos ajenos y cultos ladinos, traicionando el mundo moral tradicional zinacanteco (Rincón, 2007: 156).

De la misma manera en la que las personas ahora tiene opciones ante la religión, educación y salud, ahora también lo tienen a la afiliación de los partidos políticos. La mayoría de veces, los candidatos que pertenecían al Partido Revolucionario Institucional (PRI) eran los que asumían los cargos políticos.

Sin embargo ahora, el PRI fue despojado años atrás por el Partido de la Revolución Democrática (PRD). Pero cabe destacar que sea el partido al que pertenezca el candidato, las reglas serán siempre las mismas con los asuntos religiosos en los que siempre

participan. Lejos de sólo asumir el poder, siguen siendo habitantes de Zinacantán y por lo mismo conservan las tradiciones.

Dentro de los usos que en el posh no han cambiado permanecerá el político; pero se han integrado nuevos usos por personas foráneas que se han apropiado de la bebida para involucrarla a sus creaciones, al igual que un porcentaje mínimo de mujeres tsotsiles que han sustituido el vinagre por el posh. Conozcamos al respecto.

Uso gastronómico, una nueva función del posh

Las personas desarrollan de manera individual su forma de pensar y de accionar, esto depende de sus propios **procesos culturalmente formados en su contexto**, a partir de lo emotivo que la experiencia pueda tener o el valor que se le adjudique es que la persona podrá significar su mundo, su contexto, su historia, su vida.

Se ha identificado al posh como un recurso cultural, debido a que un grupo social claramente lo involucra aún en sus prácticas políticas, religiosas, rituales, medicinales y sociales en la región de los Altos, mismo que ahora es parte del menú de algunos restaurantes de "alta cocina" en San Cristóbal de Las Casas.

Esta bebida ritual y de convivencia entre los indígenas tsotsiles y tseltales, ahora forma parte de la **gastronomía regional chiapaneca** y se ha insertado en el mercado de la colonial ciudad, siendo ofrecido principalmente a los turistas nacionales e internacionales dando pie a la producción o gestión cultural.

Yudice (2011), hace referencia a la gestión cultural vista como la relación o creación de redes que inducen a crear instrumentos con un fin económico “el trabajo de gestión no sólo es la partera para el plato principal, sino que es un trabajo de creación y conexión de redes. En sí, es un **trabajo creativo importante**”, destaca su valor porque es un proceso de innovación.

Hago referencia a esa cita debido a que los chefs de diferentes restaurantes, un sector independiente, han adoptado la bebida y la han hecho parte de sus recetas para atraer al turismo al mismo tiempo de darle un valor agregado a sus recetas. Vemos cómo los

elementos culturales van permeando el contexto mestizo. Esto no se puede separar, resulta además estratégico, benéfico económicamente porque es sinónimo de derrama, de interés. Resulta estratégico y hasta exótico para el turismo, especialmente el internacional.

Los chefs, algunos de San Cristóbal, Tuxtla, México y de otras partes del país o del mundo, pero ninguno tsotsil. Los chefs que se interesan en involucrar al posh en sus recetas es por interés en el sabor, por experimentar o por otros factores que tienen que ver con creatividad y con la función instrumental económica.

Yudice (2011) asegura que un sector independiente es “algo articulado en complejas redes de coacción. Es un sector que tiene la **necesidad de trabajar y fomentar la creatividad ciudadana** y a la vez **generar procesos de formación y desarrollar estrategias de gestión** que aseguren su sustentabilidad”.

Los chefs son parte de este sector independiente que a través de la teoría y práctica adquirida en su formación profesional, utilizan "el trago" en sus recetas que sustituyen a otras bebidas destiladas como el tequila. Los expertos en la cocina generan otro sabor al tiempo de darle mayor difusión a sus creaciones con el posh.

La necesidad del trabajo, la pasión por su labor, la creatividad que caracteriza a un chef, la idea de estar en un restaurante de una ciudad turística le permite recurrir a los "aspectos culturales tradicionales" y apropiarse de ellos para involucrarlo en su labor como parte de una estrategia que atraiga y acerque al turismo o comensales.

Algunos de ellos desconocen el proceso total de la elaboración de la bebida, pero tienen conciencia de que es una bebida destilada, se apropian de ella porque conocen el valor cultural que las personas indígenas le atribuyen y el significado que ello tendrá en sus creaciones culinarias. George Yudice señala que en la cultura la gestión es importante, lejos de verla como una mercancía, sí es importante que se conserve, distribuya e invierta en ella.

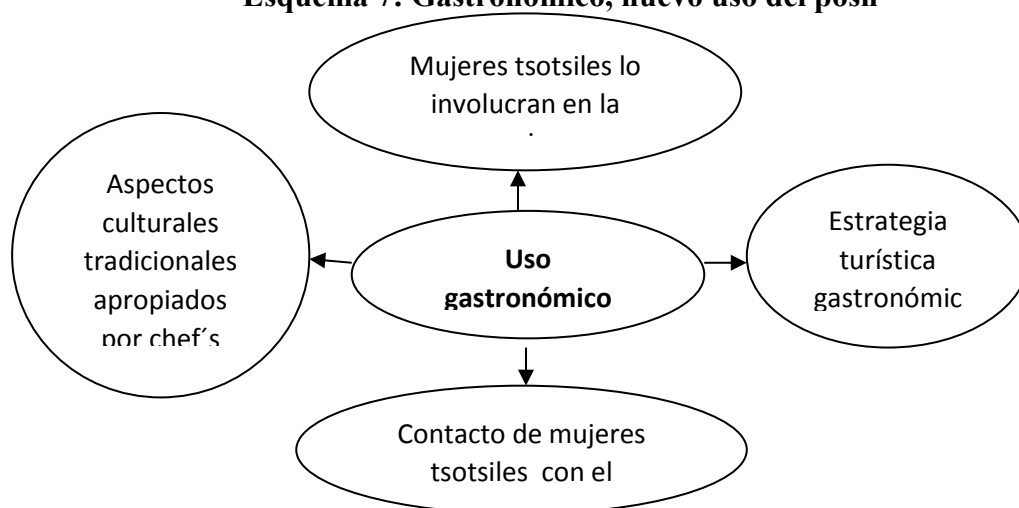
Es importante señalar que el posh ha sido utilizado como un objeto que se vende exclusivamente al turista en diferentes presentaciones, blanco como es tradicionalmente y

de sabor en donde el alcohol está rebajado. La bebida cumple con una función instrumental que ha sido asignada para obtener ingresos económicos debido a que el turista busca aquello autóctono y tradicional de los pueblos para llevar un recuerdo.

Los chefs se han sumado a la política cultural con la intervención del posh a la cocina de forma creativa, sin embargo es importante conocer el trasfondo de ese mantel en donde existen verdaderas razones que le dan sentido al existir de Zinacantán y de otros municipios y poblados de la zona Altos.

Dentro de la labor de campo, me percaté que el uso que se le da al posh dentro de los restaurantes es por personas ajenas a la cultura tsotsil que se han apropiado de la bebida con la finalidad de cumplir un objetivo: vender la bebida realizada de forma creativa como un producto cultural y de esa manera obtener ganancias económicas.

Esquema 7: Gastronómico, nuevo uso del posh



Fuente: Elaboración de la autora con la información de trabajo de campo y análisis.

Lo mismo que sucede en las dos posherías de la ciudad en donde duplican o triplican el precio de la botella de posh por colocarle una etiqueta y una botella destinada para su distribución y transportación segura en diferentes presentaciones de mililitros. Además, los locales sobre el andador Guadalupano, en donde se ubica una de las posherías más

conocidas, son elevados por ser turísticos, por ello las tarifas que manejan por botella son exclusivamente para turistas.

Descubrí durante mi labor de campo, que en este aspecto es importante agregar, que son algunas mujeres, podría decir que son contadas, principalmente en la cabecera municipal de Zinacantán, las que le colocan **posh al pollo en estofado. En cualquier receta, el vinagre blanco es sustituido por posh blanco.**

El pequeño grupo que lo realiza me aseguró que no es normal que otras mujeres lo hagan, pero ellas actualmente están innovando en su cocina exclusivamente en sus guisos. Conozcamos ahora cómo es que el aspecto económico, mediado por el proceso individual de las personas para asignar valor, genera una nueva propuesta para la obtención de recursos económicos en la cooperativa *Bolom ton*.

Uso económico. Función instrumental de ingresos económicos

"Es la venta de artesanías, y no las organizaciones como tales, la que favorece el que las mujeres de los Altos se estén haciendo más independientes y seguras de sí mismas, al sentirse económicamente autosuficientes"
(Vergas en Del Carpio, 2012: 215)

En este apartado, se habla de personas tsotsiles que han encontrado en la bebida un **recurso cultural** de interés para el turista, en donde ellas no tienen que salir de su población para obtener ingresos, al contrario, se organizan con otras mujeres y forman una cooperativa para vender algo que les pertenece pero que ahora observan con otra perspectiva: Ingreso económico.

Como apunta Eber y Rosembaum (1993), es más fácil para mujeres organizadas que para mujeres que son emprendedoras individuales vender sus artesanías en la ciudad y en otros puntos del país y del mundo (Del Carpio, 2012: 180).

El grupo de mujeres *Bolom ton*, se reunió en un principio para trabajar tejer, bordar y vender sus artículos en grupo para así obtener ingresos económicos, estos recursos tienen

múltiples usos: Algunas lo ocupan para los estudios, otras para algunas necesidades menores en su hogar entre otros gastos más, pero todas obtienen una ganancia que las motiva a continuar, sea cual sea el uso que le proporcionen.

Las integrantes de la cooperativa *Bolom Ton* se dieron cuenta que el negocio de venta de las artesanías por los turistas nacionales e internacionales era en el centro del poblado de Zinacantán, o acordar con algún guía turístico o taxista que llevara al turismo directamente a su casa para que ellos compraran sus artículos elaborados a mano.

En la mayoría de los casos de las visitas de los turistas a alguna casa de artesanías ya está acordado con el guía turístico a quien en ocasiones se les paga una cuota, así llevan a una sola casa o con una sola organización a los turistas evitando la envidia entre las artesanas y por ende los conflictos entre las tejedoras- vendedoras de la cabecera (Domínguez, 2012:43).

Ellas, el grupo *Bolom ton* lo intentaron, hablaban con los taxistas quienes recibían una pequeña cuota por llevar a los turistas al punto para que vendieran. Sin embargo, se dieron cuenta que no era suficiente. La competencia era mucha. Ese fue uno de los elementos que las motivó a echar mano de su creatividad en un elemento de su cosmovisión que no tuviera una competencia y que les aportara un ingreso extra:

Las innovaciones de la artesanía no son reflejo del sentido utilitarista de los artesanos, sino también expresan su **moderna "tradicionalidad"** que en la mayoría de los casos forma parte también de la modernidad de la pobreza. Esta situación indica la necesidad de estudiar las relaciones sociales, identidades y nuevas situaciones laborales y de consumo no sólo como procesos de hegemonía y resistencia sino también interacciones entre etnias, identidades, nuevas culturas del mundo de la globalización (García C. en Rosas, 2010: 156).

Su necesidad económica era mucha, al igual que la competencia en los textiles, por ello, doña Rosy Ruiz, quien desde hace cinco años coordina al grupo *Bolom ton* entre ollas, el fogón y varias noches en vela ideó una receta que después de meses consolidó como la receta del posh de sabor que compartió con sus compañeras y amigas de la cooperativa.

Las artesanas son mujeres multiocupadas que saben mucho de todo. Su habilidad y experiencia les permite desarrollar múltiples tareas y obtener ingresos para seguir viviendo (...) Obtener ingresos para vivir es una **función** manifiesta e **instrumental** importante y básica (Del Carpio, 2012:232)

Las mujeres son hábiles y trabajadoras, es impresionante su manera de luchar por el bienestar de su casa, esposo y de sus hijos. Por lo mismo, si desconoce cómo hacer alguna actividad, pregunta y la practica hasta que la aprende. Además, todas buscan una estabilidad emocional y económica, una finalidad que todas obtienen al organizarse en grupos y trabajar en cooperativas.

6.4. Trabajo en cooperativas: Funciones expresivas y sociales. Catarsis entre mujeres

El grupo *Bolom ton*, a pesar de sus bajas ventas no se dio por vencido, y las mujeres iniciaron con la realización de la bebida en la que la fruta de temporada le daba sabor por medio de un fermentado de mínimo tres meses y ocho meses, en el caso del posh de carne.

Del Carpio (2012) señala que son muchos los elementos positivos que las mujeres experimentan al trabajar en grupo, en equipo, ella las denomina funciones psicosociales del trabajo. En éste, las mujeres encuentran un espacio para construir sus identidades, se sienten útiles, construyen una rutina que estructura su tiempo, se dedican a una actividad que influye en su estado de ánimo, que estimula su creatividad e imaginación.

Genera en ellas también sentimientos positivos que influyen en su bienestar psicológico. Además de que es un espacio catártico, de generación de sentido, de orgullo personal y comunitario, a la vez que permite la obtención de ingresos de dinero (siendo esta la principal función de este tipo de trabajo, así como también constituye una necesidad cultural, para algunas)⁶⁸.

⁶⁸ Les gusta reconocerse en su trabajo, ignoran la rutina, les proporciona alegría, felicidad, entretenimiento, tranquilidad, armonía, mantienen su bienestar psicológico, desarrollan su imaginación,

Es importante analizar que las mujeres que integran el grupo *Bolom ton* son activas, hábiles tejedoras, recordemos que aquellas que no pueden realizar la bebida del posh de sabor porque "les sale mal, o se les echa a perder", tejen la vestimenta de las botellas que son la indumentaria tradicional del pueblo tsotsil de Zinacantán en pequeño.

Trabajar juntas les permite desarrollar su creatividad para generar nuevas ideas en la presentación de las botellas de posh.

Es particularmente relevante la función de estas producciones como "reemplazo" o complementariedad del trabajo asalariado al ser una fuente de ingresos, sin embargo su trascendencia no sólo radica en su relevancia material sino también en su importancia simbólica, pues ambas contribuyen a la reproducción económica, social y cultural de los pueblos donde se producen (Del Carpio, 2012: 261).

Por lo mismo, *Bolom ton* utiliza el posh pero **persigue un fin económico**, al tiempo que **conviven entre mujeres, viven en un ambiente de solidaridad** porque todas platican de sus intereses o preocupaciones, trabajar en grupo les sirve también de **terapia**, y no sólo en esta cooperativa de interés, sino en todas las mujeres que trabajan de forma organizada en la zona Altos como en cualquier otra parte de Chiapas, México y el mundo.

La venta del posh no es ninguna novedad, los destiladores de posh lo hacen constantemente y hasta en cantidades mayores (40, 80 litros o más), sin embargo, lo novedoso acá es que a través de la **creatividad**, hayan descubierto una receta para realizar el posh de sabor que nadie ajena a *Bolom ton* tiene. Una receta que resguardan por lo que les ha costado y lo que significa para ellas: **Una oportunidad de ingreso sin competencia**.

Las mujeres que integran *Bolom ton* son artesanas, creativas sin dudar, pero que han trascendido por el interés pero sobre todo, por la función instrumental de las artesanías: Lo económico.

conservan la tradición, su cosmovisión, se sienten orgullosas de sus creaciones, tienen un efecto terapéutico entre todas, pero sobre todo trabajar en grupo les retribuye económicamente y proporciona independencia.

Permite proponer a las artesanías como espacio, oportunidad y proceso que permite reproducir formas de vida que adoptan particularidades según las realidades socioeconómicas, personales y culturales de sus protagonistas (Del Carpio, 2012: 261).

Sobresale también la necesidad de formar grupos o cooperativas, en la soledad todo resulta más difícil. También subrayar el hecho de que es necesario los vínculos con el exterior, con otros espacios turísticos, con las instituciones estatales o federales, Casa Chiapas, Secretaría de Economía, Secretaría de Turismo, etc.

Necesitan información, recursos, capacitación y difusión. Por ello a continuación se aborda acerca de las Mipyme's y la manera en la que ellas se han organizado para impulsar su desarrollo grupal.

Cooperativas en Zinacantán. *Bolom ton*

Las mujeres en la Zona Altos de Chiapas, se han percatado de que el trabajo en equipo les resulta más productivo. La solidaridad es un valor comunitario, así que no es ninguna novedad que todas trabajen de manera armoniosa en una cooperativa "si alguna de nosotras no puede venir, manda a su representante. Sólo si está enfermo está bien que no venga, pero si tiene que ir a hacer algún mandado, su hija o alguien debe venir por ella" señala doña Rosy Ruiz, integrante de la cooperativa *Bolom ton*.

Específicamente este grupo, ha tenido apoyo de la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI) que las han motivado a participar en encuentros y expo ventas nacionales, en donde tienen la posibilidad de vender el posh de sabor. Ellas se turnan para ir y de esta manera, al tiempo de vender, conocen otros lugares y tienen más contacto con el exterior.

Es esta una de las razones por las cuales trabajar en cooperativa resulta productivo, porque es casi imposible que una mujer consiga apoyo para la venta de su producto, sin embargo, en el caso de los grupos sí. El trabajo dentro de las cooperativas

definitivamente son una opción para las mujeres que se saben organizar y que están comprometidas con su grupo.

Es conveniente que existan cursos y capacitaciones que les permita enriquecer sus habilidades y estrategias a la vez que mejoran sus productos. Las adolescentes que participan dentro de *Bolom ton*, son mujeres que tienen independencia económica y pueden apoyar a sus familias de manera significativa, lo cual les da el poder de decisión.

Son jóvenes renovadas, que trabajan con mujeres mayores, con las que existe una relación de amistad, que las motiva a continuar con sus estudios y superarse académicamente para compartir sus conocimientos y su cultura con más personas.

El proceso de la globalización, es un elemento que favorece a estas cooperativas, gracias a eso, algunas mujeres cuentan con una página en Facebook desde donde también, suben las fotos de sus tejidos o productos a la venta. Esta estrategia de venta, es una innovación que les permite estar al alcance de cualquier persona interesada, que incluso sin visitarlas en Zinacantán fácilmente puede conocer y solicitar de sus trabajos.

Bolom ton aún no tiene espacio en Facebook, pero sí cuenta con correo electrónico y con números telefónicos de contacto. La producción de posh de sabor tiene un gran futuro, las integrantes de esta cooperativa son mujeres que luchan desde su trinchera y no se dan por vencidas, menos ahora que han diseñado la receta que nadie más tiene en el pueblo.

Como se mencionó al principio de este capítulo, las personas avanzan y el mundo también, lo que resta es adaptarse a los nuevos procesos sociales, y en el caso del grupo *Bolom ton*, es lo que sucede. El posh de sabor nos dice que nuestros pueblos originarios desarrollan creativamente estrategias y productos para adaptarse y seguir dentro del mercado laboral en el mundo.

Bolom ton, es la cooperativa que ha manifestado, cómo las mujeres se construyen y reconstruyen a partir de sus necesidades, sus identidades y espacios. Se apoyan con la solidaridad que traen consigo desde su niñez, y resguardan lo que a todas en este

momento les proporciona estabilidad económica: La receta del posh de sabor. No es egoísmo con las otras mujeres de la cabecera municipal, sin embargo, en busca de sus intereses, ellas sacrificaron tiempo y energías para conseguir algo novedoso que les proporcionara reconocimiento, no solo en Zinacantán, sino en Chiapas y México.

El fenómeno de las brechas generacionales también está presente, las jóvenes tienen visión a futuro, saben lo que quieren y luchan por obtenerlo. Apuestan por la educación como medio para obtener un título académico que les permita construir su identidad con estabilidad en un futuro constante.

Conclusiones

Esta investigación me ha dejado grandes enseñanzas y una riqueza humana indescriptible. Conocí el lado humano de muchas personas de la zona Altos a la que les agradezco infinitamente me abrieran la puerta de su hogar, una confianza que a través de este trabajo, ellos y ustedes, pueden observar la manera en la que plasmo el corazón con sus valiosas aportaciones.

El posh siempre fue parte de mi curiosidad por la cercanía de mi ciudad de origen, San Cristóbal de Las Casas, con Cruztón, municipio que la produce. Sin embargo, lo único que necesité fue un motivo para adentrarme a la investigación. El motivo apareció y hoy lo tiene usted en sus manos.

Aprendí que el posh es una bebida que tiene diferentes niveles de alcohol, dependiendo de la cantidad de azúcar o panela que se le coloque. Algunas personas lo toman puro, otras más lo toman rebajado, sin embargo eso en Zinacantán, mi población de estudio, no es correcto porque como contiene mucho alcohol, les hace daño al estómago.

Dentro de la labor de campo, caminé, corrí, me quemé de sol, me enlodé, me mojé, pero recuerdo todo con una grata sonrisa, porque me hizo sensibilizarme más, sentirme parte de Zinacantán que ahora veo con los ojos del alma. Disfrutar de sus fiestas, de sus calles, de su rico pan, en donde sus calles, caminadas con mis diferentes pares de zapatos, me dejaron siempre una experiencia distinta.

Conocí el proceso de destilación del posh en Cruztón, este ha sido reproducido de generaciones tras generaciones sin hacer cambio alguno. Nadie ha cambiado ingredientes ni procedimiento. Por lo mismo, a mi criterio, algunas medidas de salubridad son necesarias.

Sé que las personas beben el posh sin desconfianza, y a nadie parece causarle daños estomacales ni más, pero dentro del proceso de destilado es conveniente se asuman

algunas medidas de salubridad porque exponen todos los elementos a que pequeños moscos intervengan, estos como bien sabemos son portadores de bacterias y gérmenes.

Un taller de salubridad en donde también les proporcionen material para la elaboración del posh, generaría interés en los productores. Ellos siempre se levantan temprano y su tiempo es realmente valioso. Pero es evidente, en las fotografías del proceso de destilado del posh, que es necesaria la regulación sanitaria para mantener mayor calidad y poder ofertarlo en los mercados internacionales.

Zinacantán -desde que los mexicas se expresaban del municipio-, lo caracterizaron por tener a personas que eran buenos negociantes. A pesar de que las personas no son las mismas, heredaron ese talento, son emprendedores, "luchones" (trabajadores), entregados, curiosos y sobre todo creativos.

Esta investigación arrojó dos nuevas utilidades del posh en ámbitos en donde lo importante es contar con un ingreso económico por parte del turista nacional o internacional que busca lo tradicional de las culturas vivas de la zona Altos de Chiapas, la función económica y gastronómica. Esta última en Zinacantán aún se ve en algunos guisados de algunos domicilios, pero en restaurantes es normal que coloquen posh a cocteles, postres (nanche y jocote curtido), vendan copas de posh a los comensales, entre otros servicios -que la mayoría de veces están dirigidos a los turistas-, pueden elegir .

Es importante analizar las formas en las que los habitantes de la cabecera municipal han asumido los cambios sociales que trascienden a las nuevas mentalidades, nuevas maneras de observar el entorno, por supuesto desde la perspectiva individual que se comparte con los demás y que se forma y asume a través de los propios procesos sociales a los que el actor esté determinado.

No es ninguna novedad que nuevos elementos sean apropiados por ellos para integrarlos a su cultura, todos los seres humanos estamos en constante cambio, simplemente que en algunos segmentos sociales se notan más que en otras. "El

movimiento es vida", así que la cultura es cambiante, las personas la adaptan a sus procesos sociales cotidianos según sus necesidades.

Ahí está el ejemplo del *jerka* y el *jerka rústico*, en el apartado de indumentaria tsotsil masculina de Zinacantán, en donde ellos mismos aseguran existen dos tipos de prendas para caballeros. El *jerka* tiene valor si la mamá, hermana, hija o una mujer cercana al hombre lo realiza, y en todo caso lo compra desde los mil 500 pesos. El *jerka rústico*, para los tsotsiles no tiene ningún valor, más que el comercial.

A pesar de parecer iguales, los hilos son diferentes y el tejido también. Ellos ven en el *jerka rústico*, la funcionalidad de su venta a un precio accesible para turista quien quiere conservar algo de su imaginario colectivo, acerca del lugar que visita.

La participación de la mujer artesana en el ámbito laboral es importante. Principalmente organizada en cooperativas, ahí su mente es libre y comparte sus ideas con las demás mujeres para vender, aprender, compartir sus conocimientos y obtener una ganancias económicas.

Pero también destaco que cuando la mujer trabaja en grupo, invierte tiempo valioso en una especie de terapia que se genera de manera inconsciente. Ella se refeleja en las otras u otra mujer que integre el grupo, por ser mamá, hija, estudiante, trabajadora, o algún espacio de afinidad por ser congéneres.

En común, también se identifican como artesanas con habilidades que pueden o no cambiar según lo necesiten y se acomodan a su contexto social. El grupo *Bolom ton* es un caso particular que genera mayor interés en esta investigación. Las mujeres que integran el grupo son de diversas edades, y a pesar de vivir en el mismo municipio, tienen diferentes mentalidades porque han tenido cerca algún mediador social que ha formado o determinado su manera de comportarse en la nueva sociedad tsotsil.

En lo particular, considero que las expectativas se superaron, en un principio busqué los elementos que intervienen en las personas tsotsiles para reproducir acciones de su comunidad con los usos del posh, encontré todo lo expuesto en el trabajo de

investigación, pero encontré más, a personas dispuestas a colaborar, sensibles, humanas, con planes, despiertas, curiosas, trabajadoras que luchan por su bienestar, por que saben que es el bienestar de su comunidad.

Esta investigación genera nuevas puertas de difusión a la cooperativa, debido a que al mismo tiempo de hacer la investigación también se hizo el trabajo de difusión incluso del posh de sabor que ha traspasado fronteras y el nombre de *Bolom ton* ya es un producto con mayor alcances y gente que lo disfruta. Estoy plenamente agradecida con lo que desde sus posibilidades estuvo apoyarme, lo mucho o poco que en mis manos estuvo lo hice con cariño, parte de ello es esto que espero en un futuro sirva como plataforma para siguientes investigaciones.

La palabra equipo, cooperativa, solidaridad, humanos, apoyo son parte de ellos, están intrínsecamente preparados para unificar fuerzas y apoyar lo que a su colonia, barrio, municipio, ejido, etc. que las beneficie y las haga crecer en cualquier ámbito. ¡Aplaudo esa filosofía de vida!

Referencias bibliográficas

- Aceves Lozano, J.E. (1998). Técnicas de investigación. En: *Sociedad, cultura y comunicación*, Primera edición. Editorial Pearson Educación.
- Ameigeiras, A.R. (2006). Estrategias de investigación cualitativa. *La investigación cualitativa*. Primera edición, Barcelona.
- Austin M.T., (2000). Hacia nuevas formas de pensar de la comunicación. Segunda parte. *Modelos sociológicos*. Tomado de La página del Profe, Tomás Austin M. <http://www.lapaginadelprofe.cl/modeloscom/modeloscom2.htm> el 7 de enero del 2014.
- Anónimo (2009). *Alcohol- historia*. Fundación de Investigadores Sociales A.C. Alcohol-Infórmate. Tomado de http://www.fisac.org.mx/sabias_cultura.cfm?catID=4&id=287 el 20 de febrero del 2013.
- Anónimo (2012). *Los habitantes de América del Norte disfrutaban de mayores beneficios tras 15 años del TLCAN*. TLCANHOY.ORG. Tomado de http://www.tlcanhoy.org/results/default_es.asp el 28 de enero del 2013.
- Anónimo. Taller de expresión profesional. *La comunicación oral*. Capítulo 1. Tomado de http://biblio3.url.edu.gt/Libros/2012/taller_Expo/1.pdf el 20 de junio del 2014.
- Aróstegui, J. (2004). La historia vivida. *Sobre la historia del presente*. Alianza Editorial, S.S. Madrid.
- Baca Lagos, V. (2007). Presentación: Una Revista al servicio de la comunidad internacional de los estudiosos de las Mediaciones sociales. *Mediaciones Sociales*, N°1, II semestre 2007, pp, i-v. ISSN electrónico: 1989-0494.
- Castells, M. (2009). Comunicación y poder. *Capítulo 1. El poder en la sociedad red*. Alianza Editorial.
- De Garay, G. (1994). La historia con micrófono. *Textos introductorios a la historia oral*. Instituto de investigaciones Dr. José María Luis Mora. Segunda impresión.
- De Garay, G. (2007). Para pensar el tiempo presente. *Aproximaciones teórico-metodológicas y experiencias empíricas*. Primera edición.
- De la Torre López, J. (2004). Tejedoras: Generaciones Reunidas. *Evolución de la Creatividad entre los Mayas de Chiapas*. School of American Research. Primera edición.

- Del Carpio Ovando, P. S. (2012). *Las funciones psicosociales del trabajo artesanal en artesanos tsotsiles de La Ilusión, Chiapas, México*. Tesis presentada para la obtención del título de Doctor en Psicología Social. Universidad Complutense de Madrid.
- Denman A. C, Haro, J.A. (2000). Por los rincones. *Antología de métodos cualitativos en la investigación social*. Hermosillo, Sonora: El Colegio de Sonora.
- Denzin, Norma K. (2000) Por los rincones. *Antología de métodos cualitativos en la investigación social. Un punto de vista interpretativo*. Hermosillo, Sonora: El Colegio de Sonora.
- Domínguez García, M.A. (2012). *Vivir con "Azúcar", experiencias y representaciones en torno a la diabetes entre grupos domésticos de Zinacantán, Chiapas*. Tesis de Antropología social. CIESAS-SURESTE.
- Fernández Guzmán, E., Mosqueda Tapia, E. Del Carpio Ovando P.(2013). Estudios culturales, demográficos y políticos. *El potencial de las diferentes formas de inversión migrante en Guanajuato: negocios remeseros, retorno de inversores migrantes y empresarios migrantes en Estados Unidos. Una breve aproximación*. Universidad de Guanajuato. Altares Costa- Amic Editores.
- García Canclini, N. (2009). Culturas híbridas. *Estrategias para entrar y salir de la modernidad. El porvenir del pasado*. México, DF: DEBOLS!LLO.
- García Canclini, N. (2004). Diferentes, desiguales y desconectados. *Mapas de la interculturalidad*. Editorial Gedisa, S.A
- Garrido A., Álvaro J.L. (2003). Psicología social. *Perspectivas psicológicas y sociológicas*. Editorial Mc Graw Hill. Segunda Edición.
- Geertz, C.(1992), *La interpretación de las culturas*. Editorial Gedisa, Barcelona, España.
- Guba E.G., Lincoln y .S. (2000). Por los rincones. *Antología de métodos cualitativos en la investigación social. Paradigmas en competencia en la investigación cualitativa*. Hermosillo, Sonora: El Colegio de Sonora.
- Jáuregui, José y Ávila, María de Jesús (2007). *Estados Unidos, lugar de destino para los migrantes chiapanecos*. SciELO. Revista Científica Electrónica. No. 1, Vol. 4, ene./jun. 2007. pp. 17-30.
- Jameson, F. y Zizek Slavoj, Estudios culturales. *Reflexiones sobre el multiculturalismo, cap. I*, Paidós, Espacios del saber n°6. Argentona, 1998, pp. 69-136. www.cholonautas.edu.pe

- Judd, E. *Cristianismos en América Latina: tiempo presente, historias y memorias* / Yves Solis... (et.al); coordinado por Elizabeth Judd y Fortunato Mallimaci. 1a ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. CLACSO, 2013. 296 p.; 23x16 cm.- (CLACSO- CROP)
- López Romo, H. (1998). Técnicas de investigación. En sociedad, cultura y comunicación. *La metodología de encuesta. De la investigación social a la investigación reflexiva*. Primera edición.
- Martín Barbero, J. (1986). *De los medios a las mediaciones*. México, Gily.
- Martín Serrano, M. (2009): "*CIESPAL y la humanización de la comunicación: Puente entre el estado de las ciencias y la práctica de la comunicación*", Chasqui, n° 107, pp. 24- 31. Disponible en: <http://www.ciespal.net/ciespal/images/files/SERRANO,%20Manuel%20Martin.pdf> . Recuperado el 26 de marzo de 2014, de <http://77eprints.ucm.es/13183>
- Martín Serrano, M. (2007): "*Prólogo para La Mediación Social en la era de la globalización*", Mediaciones Sociales. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación, n°1, segundo semestre de 2007, pp. 1- 24. ISSN electrónico 1989- 0494. Universidad Complutense de Madrid. Disponible en www.ucm.es/info/mediars.
- Martínez de la Rosa, A. (2012). Metodología de las ciencias sociales. Aproximaciones desde diversas disciplinas. *El método indicial como parte de la hermenéutica: entre rastros y nomos*. Universidad de Guanajuato. Altres Costa-Amic Editores.
- Marks Greenfield, P. (2004). Tejedoras: Generaciones Reunidas. *Evolución de la Creatividad entre los Mayas de Chiapas*. School of American Research. Primera edición.
- Mato, D. "Des-fetichizar la "globalización": basta de reduccionismos, apologías y demonizaciones, mostrar la complejidad y las prácticas de los actores. *Estudios Latinoamericanos sobre Cultura y Transformaciones Sociales en Tiempos de Globalización*. Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO y UNESCO, 2011; pags.:174-178)
- Mazabel Domínguez, D. y Miranda Zambrano, G. (2013). Estudios culturales, demográficos y políticos. *Apropiación del espacio y la identidad social en el ejido Ojo de Agua de Ballesteros*, Salvatierra, México. Universidad de Guanajuato. Altres Costa- Amic Editores.
- Orozco, G. (1997). El reto de conocer para transformar. *Medios, audiencias y mediaciones*.

- Peñuela Velásquez, L. La transdisciplinariedad. *Más allá de los conceptos, la dialéctica*. Año 1, número 2, junio, 2005. Pág. 43-77.
- Ramos Maza, T. (2010). Artesanas tseltales. *Entrecruces de cooperación, conflicto y poder*. Colección Selva Negra. Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas.
- Rincón García, L.A. (2007). Comunicación y cultura en Zinacantán. *Un acercamiento a los procesos comunicacionales*. Centro Estatal de Lenguas, Arte y Literatura Indígenas (CELALI).
- Rosas Vargas, R. (2012). Metodología de las ciencias sociales. *Aproximaciones desde diversas disciplinas*. Universidad de Guanajuato. Altres Costa-Amic Editores.
- Russi Alzaga, B. (1998) Técnicas de investigación. *En sociedad, cultura y comunicación*. Grupos de discusión. De la investigación social a la investigación reflexiva. Primera edición.
- Said, Edward W. (2005). Cultura, identidad e historia. En Gerhart Schöder & Helga Breuninger (Comps.). *Teoría de la cultura. Un mapa de la cuestión*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Sánchez Puente, R. (1993). *Didáctica de la problematización en el campo científico de la educación*. En *Fórmula proyectos para innovar la práctica educativa* (pp.17-39). México: Universidad Pedagógica Nacional.
- Saussure, F. D. (1945). Derrida en castellano. *Curso de lingüística general*. Vigésima cuarta edición. Editorial Losada. S.A. Buenos Aires. Título del original francés: *Cours de linguistique générale*.
- Schmelkes, S. (2003). Educación intercultural. *Reflexiones a la luz de experiencias recientes*. Tomado de [http://es.scribd.com/doc/210818634/23-Silvia-Schmelkes-Mapas el día 10 de junio de 2014](http://es.scribd.com/doc/210818634/23-Silvia-Schmelkes-Mapas-el-día-10-de-junio-de-2014).
- Silvano Jiménez, A., López Gómez P. (2012). Ceremonias rituales tseltales. *Ritual de Pat O'tan en el siglo XXI en Bachajón y Yulubmax, Chiapas*.
- Singer M. (1974. "Cultura. Concepto". En Sills David (Coord.) *Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales*. Vol. 3, España, ed. Aguilar.
- Thompson, J.B. (1998). Los media y la modernidad. *Una teoría de los medios de comunicación*. Ediciones Paidós Ibérica, S.A.
- Toledo, V. (2006) *Teorías de la comunicación I*. Facultad de Humanidades, UNACH, Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, México.

Vasilachis de Gialdino, I. y otros (2006). Estrategias de investigación cualitativa. *La investigación cualitativa*. Primera edición, Barcelona.

Video:

Yudice, George. *Conferencia inaugural de la XIII Jornadas Andinas de Literatura Latinoamericana en Estudiantes* realizada en Lima 2011, “La viabilidad de la cultura: gestión y promoción más allá del contexto”. <http://www.youtube.com/watch?v=GLGZJm018IE&feature=related> Min 2:41, 6:53,

Páginas consultadas

Comité Estatal de Información Estadística y Geográfica (CEIEG) 2012
www.ceieg.chiapas.gob.mx

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI). La población hablante de lengua indígena de Chiapas. Pág. 5. www.inegi.org.mx

Blog EZLN. www.palabra.ezln.org.mx

TLCANHOY.ORG www.tlcanhoy.org

Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA). Informe Final de la Evaluación Estratégica al Programa de Apoyos Directos al Campo "PROCAMPO" 2006- 2012 www.sagarpa.gob.mx

SEDESOL (Secretaría de Desarrollo Social) www.microregiones.gob.mx)

Anexos

Anexo 1.- Doña Rosy



Fotografía de doña Rosy en una exposición realizada en el DF a la que la cooperativa fue invitada para llevar posh de sabor. Ahí se aprecia a ella y a las botellas vestidas con la indumentaria tradicional de Zinacantán. Doña Rosy me facilitó la fotografía.

Anexo 2.-Fotos al interior de la cocina *Bolom ton*



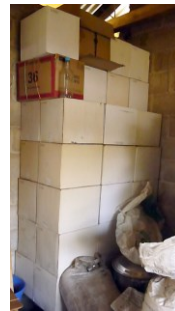
Doña Rosy con costales de canela y jamaica.



Botellas de vidrio para posh.



Fogón



Cajas con botellas de vidrio

Anexo 3.- Fotos de frutas con posh durante la fermentación más solicitadas



Jamaica, canela y anís en fermento con posh. Son los sabores más solicitados por las personas en Zinacantán.

Anexo 4.- Fotos de frutas varias con posh durante la fermentación. Aunque no aparecen las fotos acá, también tienen posh de limón, sandía, plátano y de la fruta de temporada.



Jocote



Piña



Guayaba



Nanche



Carne (Recomendado. ¡Es muy rico!)