

Pierre L. Van der Berghe, *The Quest for the Other; Ethnic Tourism in San Cristobal, Mexico*, University of Washington Press, Seattle y Londres, 1994, 169 pp.

La irrupción del Ejército Zapatista de Liberación Nacional, favorecida por la ampliamente reconocida —cuando no elogiada— capacidad propagandística del “sub”-comandante Marcos y el potencial de los *massmedia*, ha hecho que la imagen del exotismo étnico del estado de Chiapas llegue hasta los rincones más recónditos del globo. El uso de la pluma —más que del plomo— por parte de los zapatistas, puso al descubierto a toda una *intelligentsia* capaz de producir a velocidad luz una gran cantidad de libros, revistas, periódicos e incluso videos editados, o reeditados o, por lo menos, desenterrados, para ser ofrecidos a una ávida audiencia que, sorprendida por el acontecimiento, quería descubrir a esos exóticos indios encapuchados que, a la exigencia de tierras y ¡democracia!, ponían en jaque al triunfalismo salinista.

Sin embargo, el exotismo de los indios chiapanecos ya ejercía gran fascinación antes de la “guerra de año nuevo”. Esto es lo que nos muestra *The Quest for the Other*. Escrito tres años antes de la aparición del EZLN y publicado pocos meses después, el libro está dedicado a estudiar ese tema en términos de lo que su autor denomina “turismo étnico”, a partir de una premisa básica: el turismo es un sistema de relaciones sociales, y más específicamente, de relaciones étnicas. Sin embargo, pese a que todo turismo implica de algún modo interacciones étnicas, para ser catalogado como étnico, es necesario que ocurra, por parte del turista, un desplazamiento espacial de “corta duración”, que sea experimentado como una breve inmersión en un mundo extraordinario, no cotidiano, que tiene como fin último la “búsqueda del otro”, no pocas veces idealizado y exotizado “buen salvaje”. Un requisito fundamental es que esa “aventura” sea una actividad placentera y, por tanto, realizada por iniciativa propia. En último análisis —escribe Van der Berghe— todo turismo étnico es una parodia de la etnografía.

El estudio se realiza en San Cristóbal de Las Casas y cubre varias subtemáticas. Una vez expuesta su estrategia metodológica, el autor realiza una aproximación histórico geográfica “liviana” al lugar; en un segundo momento, presenta las tendencias del turismo en México y en San Cristóbal de Las Casas. Posteriormente, se ocupa del análisis de la información primaria: a su presentación estadística sigue un análisis “cualitativo” y, finalmente, un análisis de interacciones.

San Cristóbal de Las Casas, pequeña ciudad al sureste de México, cuenta con varios atractivos turísticos: su clima templado, su paisaje montañoso, su arquitectura colonial y, sobre todo, sus indios (y, como se sugiere en varios pasajes, sus precios bajos). La actividad turística en la región se inicia en la década de los cincuenta y, a grandes rasgos, puede decirse que cubre tres etapas, identificables por el tipo de turistas que predominan: primero vinieron los turistas en familia,

generalmente en “campers”; luego el turismo de mochila y, finalmente, los *tours*. Una actualización del trabajo seguramente incluiría una cuarta etapa: “el *zapattour*”, que atrajo sobre todo a los *chilangos* de clase media alta, entre los que se cuentan muchos nostálgicos izquierdistas. Claro, de este grupo se debe excluir a aquellas mujeres —y no pocos hombres— que vinieron en busca del “sub” y no de los “indios”.

Cada uno de los tipos de turismo identificados presenta, análisis estadístico de por medio, una serie de rasgos específicos: el exotismo de los indios de Chiapas atrae más a extranjeros del hemisferio norte que de países del Tercer Mundo y mexicanos. En general —salvo el turismo en grupo—, los turistas son principalmente jóvenes que muestran una menor propensión al gasto per cápita diario de lo que corresponde al turismo no étnico (razón por la cual muchos, sobre todo los que brindan servicios turísticos, lo catalogan como “turismo pobre”); como contraparte, anota el autor, exhibe una tendencia a realizar una estadía más larga. Todo esto, documentado —hasta la pesadez— con datos sobre precios, gastos, etcétera.

Si éstas son las tendencias más generales, un análisis cualitativo de la información permite identificar la “diversidad” de los turistas. Éstos forman un grupo en el que es posible encontrar prácticamente de todo: desde etnocéntricos hasta relativistas culturales, sin descartar los indiferentes a la cuestión étnica. Algunos altamente organizados, otros totalmente erráticos; desde temerosos en extremo, hasta muy confiados; cómodos y exigentes frente a personas con una gran capacidad para soportar incomodidades; desde compulsivos por la compra, hasta meticulosos gastadores. Algunos muy buenos observadores, otros insensibles a los detalles, etcétera.

Después de una detallada descripción de los turistas, Van der Berghe se detiene en lo que me parece el mayor atractivo del libro: las interacciones entre los tres grupos básicos identificados: los turistas, los ladinos *middlemen*, y los indios *tourées*; se deja de lado a los locales, que en general no interactúan con los turistas. El autor identifica los espacios —usualmente segmentados— y los horarios en que tienen lugar las interacciones, así como las finalidades de las mismas y algunos de sus rasgos principales. Entre turistas y *tourées*, la actividad más frecuente es la compra-venta de artesanías, que se caracteriza por ser una interacción muy superficial, y que tiene como rasgo central la “negociación” o regateo.

La mayor riqueza del análisis se da cuando el autor identifica lo que él considera los rasgos básicos que acompañan las interacciones que tienen lugar en el contexto del “turismo étnico”: transitoriedad, implica grupos étnicos [*across ethnic lines*] y asimetría. También se menciona el carácter predominantemente instrumental, desconfiado, a menudo fraudulento, cortado [*broken*], cargado de malentendidos. Esto ocurre frecuentemente al margen de las intenciones de los participantes.

Las desventajas se presentan principalmente debido al carácter temporalmente limitado de las interacciones, que hacen difícil establecer pautas de interacción claras, así como mecanismos de compromiso, reciprocidad y, en su caso, de

castigo ante el desvío de las normas. Las barreras lingüísticas y culturales, y el desconocimiento del “otro” son comunes y contribuyen a reforzar el carácter altamente estereotipado de las interacciones.¹

Lo anterior tiene resultados paradójicos, pues aunque los turistas vienen en busca del otro exótico, interactúan más con los ladinos y, en el límite, con otros turistas,² que con los indios. Esto es así porque, pese a que no consideran a los ladinos suficientemente “exóticos”, comparten con ellos mayor cantidad de pautas culturales y son ellos los que les proveen la mayor parte de los servicios. Así, el acercamiento al otro está mediado por los ladinos —y unos pocos extranjeros “expatriados”— con lo que el turismo étnico se reduce a un “voyeurismo del otro” y hace de Chiapas —como indican los testimonios de algunos indignados turistas— una especie de “Zoo humano”. Sin embargo, dentro de ciertos márgenes, los turistas se convierten en *tourées* para los indígenas, invirtiendo así la asimetría.

Pese a todas esas desventajas, el turismo étnico subsiste porque los beneficios de la interacción superan sus costos: los indios, pese a sentir su espacio vital invadido, encuentran una nueva fuente de ingresos; los turistas, pese a sentirse siempre posibles víctimas de robo y otro tipo de violencia, sienten que su curiosidad y su búsqueda de otredad son satisfechas, al menos parcialmente. Por lo demás, los beneficios se valoran sobre los costos, pues todos los participantes en las interacciones ingresan en éstas con expectativas “bajas”.

Otra paradoja del turismo étnico es su carácter autodestructivo, ya que los turistas “étnicos” resienten la presencia de otros turistas, que “contaminan” los exóticos sitios hacia los que huyen de lo occidental.³ En San Cristóbal, indica el autor, ésta es una amenaza real, ya que el flujo turístico ha generado falsas expectativas entre los empresarios ladinos, quienes quieren “modernizar” el sitio para hacerlo —según ellos— más atractivo, sin considerar que ese lugar no puede competir como receptor de turismo no étnico, pues el “turismo rico” exige principalmente exclusividad (y, por lo tanto, ausencia del “otro”) y las tres S (*sun, sand, and sea*).

En el capítulo final del libro, Van der Berghe plantea algunos puntos que él considera básicos para no acabar con la “gallina de los huevos de oro”, pues no otra cosa puede decirse del turismo étnico, dada la importancia económica (generación de empleo y otros) que tiene para San Cristóbal. Ante todo, se debe regular el flujo turístico, de forma tal que el número de turistas simultáneamente

¹ Debido al carácter de “mundo extraordinario” en el que se realizan las interacciones, el turismo étnico es un lugar privilegiado para la acción dramática (tanto de los turistas como de los *tourées* y los *middlemen*) y la interacción simbólica. El libro deja la impresión de que los *tourées* tienen poca capacidad —e incluso voluntad— empática; se menciona, por ejemplo, el caso del idioma del “otro” (aunque el idioma del otro aquí es el español y no el tzotzil, tzeltal, etcétera), mientras ningún indígena pronuncia ni siquiera unas cuantas palabras en algún idioma de “primer mundo”. Pregunto, empero, ¿no es este “exotismo” el que buscan los turistas?

² Esto es ampliamente favorecido por la segregación de los turistas en *ghettos*, donde la cercanía entre turistas hace de esos espacios una suerte de *melting pot* temporal que da lugar a una super-etnia.

³ Algo similar podría decirse del turismo ecológico, que en la mayor parte de los casos acelera el deterioro del medio ambiente.

presentes no superen el 1% de la población total. Al mismo tiempo, se debe realizar un esfuerzo por “mantener la autenticidad”, haciendo que San Cristóbal se vea no sólo “bonito”, sino también “real”, es decir, que no parezca un teatro sino un escenario “natural” donde los indígenas y ladinos realmente viven. Empero, dado que eso no puede ser, la sugerencia debería traducirse en que sea un teatro, pero haga todo lo posible por no parecerlo.

Para ello, considera que es necesario mantener varias de las características de la industria turística local, sobre todo el carácter pequeño de las empresas y el control de las mismas por el capital local. Lo “pequeño”, arguye Van der Berghe, no sólo es bello, sino también más eficiente en costos y menos volátil (sensible a la recesión); para no hacer de esto un argumento “reaccionario” o “conservador”, el autor aclara que no se debe eliminar el desarrollo, sino hacerlo “lo menos visible posible”. Los párrafos finales dejan de lado el lenguaje neutral del libro, y se dirigen directamente a interpelar, mediante una emotiva “plegaria” a los sancristobalenses: “no se conviertan ustedes mismos en una Cancún-en-las-montañas”.

El libro reseñado tiene, indudablemente, virtudes y limitaciones. Su mayor limitación es que se trata de un acercamiento excesivamente descriptivo el cual, en el mejor de los casos, puede servir de preámbulo para conocer con precisión las motivaciones que están detrás de esa búsqueda del otro exótico, así como el impacto cultural de la confrontación con ese otro (pero real). Adolece también de algunas dificultades metodológicas; por ejemplo, en muchos casos, existen generalizaciones abusivas de los resultados del análisis estadístico realizado sobre una muestra no aleatoria, delimitada con criterios que ponen en duda la utilidad del concepto de “turismo étnico”. Por otra parte, la información “cualitativa” no está suficientemente trabajada; la construcción de 25 tipos de turistas de un total de 175 entrevistas es algo excesiva y, desde luego, antes que explicar, ilustra la “diversidad” y, paradójicamente, el exotismo de los turistas.

Por otra parte, existe una promesa en gran parte incumplida, que se refiere al análisis de las interacciones étnicas. Aunque el autor encuentra algunas pautas interesantes, así como elementos que facilitan o, por el contrario, obstaculizan las interacciones, el análisis bordea lo superficial. Por ejemplo, además del “síndrome liberal de culpa” y vergüenza que afecta a algunos turistas (relativamente ricos) cuando interactúan con los indios (absolutamente pobres), así como su temor a ser tratados como turistas, no se profundiza ni en las formas específicas de la interacción (¿tienen éstas contenidos racistas, paternalistas, etcétera?, ¿se busca el exotismo o más bien la alteridad?, ¿cuál es el grado de aceptación y reconocimiento del “otro?”), ni en sus efectos sobre quienes las sostienen, en cuanto a las motivaciones, salvo menciones tangenciales a una necesidad de algunos europeos de salvaguardar los pocos lugares del “cuarto mundo” que aún existen, donde poder disfrutar de lo exótico de vez en cuando, no es un punto al que se preste mayor atención.

Finalmente, existe un excesivo optimismo respecto del impacto del turismo étnico en las relaciones entre “ladinos” e “indios”: Van der Berghe considera que el

turismo étnico ha promovido una revalorización de la “indianidad” —este término es mío— por parte de los ladinos. Sin embargo, tengo la impresión de que un recuento de los nombres, decorados y música de fondo en restaurantes, hoteles y agencias turísticas, es totalmente insuficiente para emitir juicios al respecto. Un análisis más amplio de las interacciones entre indios y ladinos, así como una aproximación semiológica a los objetos “folklorizados”, podría ayudar a saber si realmente han cambiado las pautas de relación entre ladinos e indios.

Como contraparte a esas limitaciones, el libro presenta una amplia información sobre hotelería, restaurantes, lugares exóticos y otros atractivos, incluyendo los correspondientes precios (en dólares y en pesos). Si a eso le sumamos su estilo ágil, austero en citas y en referencias eruditas, me parece que es conveniente recomendar a los turistas “étnicos” que, además de su guía turística y uno de los tantos libros que compilan la prolífica comunicación escrita del EZLN, adjunten un ejemplar de *The Quest for the Other* y se lancen a la aventura.

Sergio Villena Fiengo