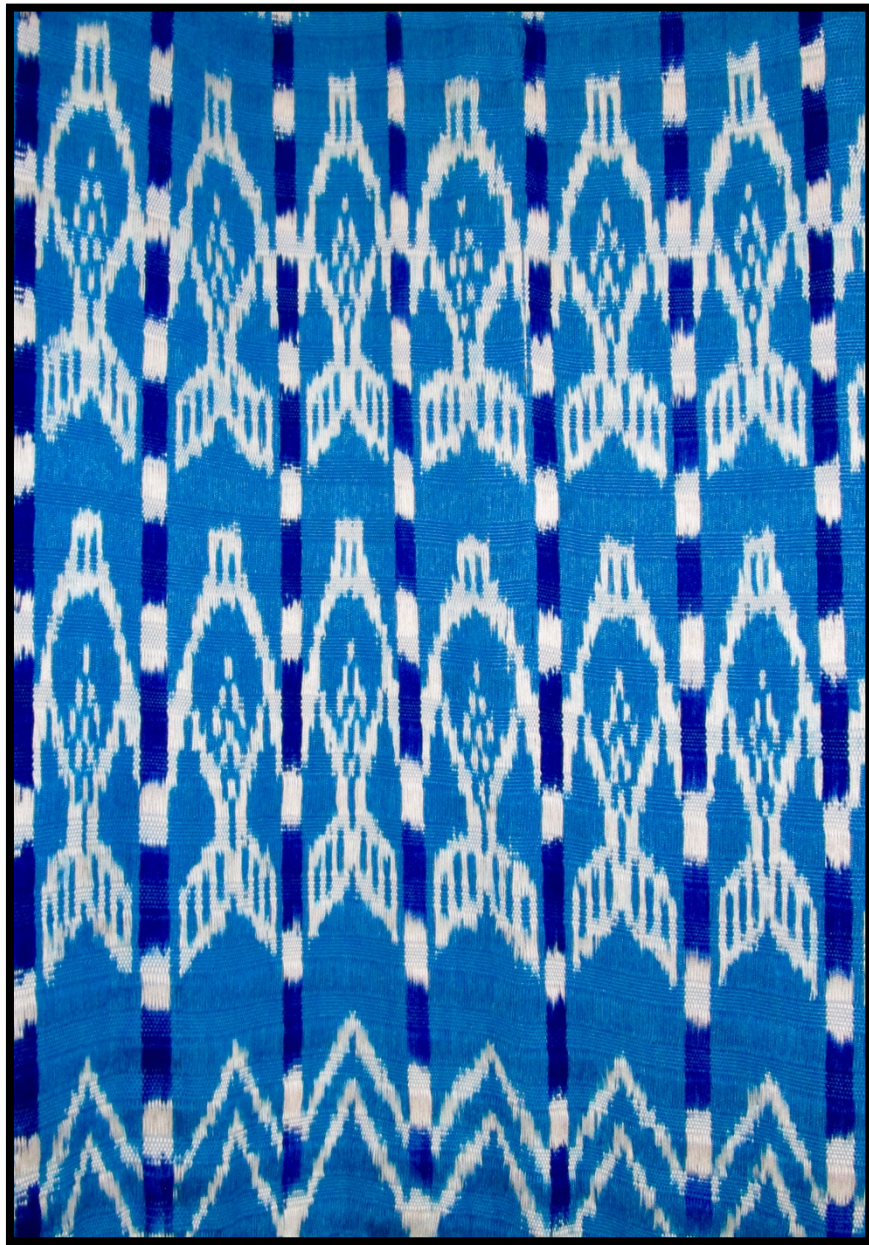


“La artesanía es propia de nuestro pueblo”

Het construeren van authenticiteit en (culturele) identiteit binnen
turismo comunitario in San Juan la Laguna



Door: Betti Lemstra & Yanise Zijlstra

Titel¹ en Afbeelding² op Voorblad

¹ La artesanía es propia de nuestra pueblo, vertaalt naar: de handwerken zijn het eigendom van ons dorp.
- Julián, 07-03-2018

² Foto van een handgeweven en gekleurd textiel, versierd met figuren die vissen voorstellen. Fotograaf
Betti Lemstra, cooperativa Casa Flor Ixcaco, San Juan la Laguna, 02-04-2018

Bachelor Project

La artesanía es propia de nuestro pueblo:

Het construeren van authenticiteit en (culturele) identiteit in San Juan la Laguna

Universiteit Utrecht

Academisch jaar: 2017-2018

Culturele Antropologie en Ontwikkelingssociologie

Auteurs

Betti Lemstra

b.c.lemstra@students.uu.nl

5531799

Yanise Zijlstra

y.a.zijlstra@students.uu.nl

4021355

Begeleider:

G. Cremers

Aantal woorden: 21957



Universiteit Utrecht

DANKWOORD

Deze thesis zouden wij nooit hebben kunnen schrijven zonder alle mensen die ons hebben geholpen de afgelopen negen maanden. Ten eerste willen wij de vissers van Chajil Ch'upup en de weefvrouwen van *cooperativas* in San Juan la Laguna bedanken voor de samenwerking, hun vriendelijkheid, het delen van hun kennis en het leren van hun artisanale technieken. Wij zijn dankbaar dat wij jullie verhalen mogen vertellen.

Ons gastgezin in San Juan la Laguna willen wij danken voor het openstellen van hun huis, het helpen bij ons onderzoek en de zorg die zij ons twee maanden hebben gegeven. Bedankt voor het zijn van een familie terwijl wij zo ver weg van onze geliefden waren. Die wij overigens niet kunnen overslaan in dit dankwoord.

Last but not least, willen wij onze begeleider Gijs Cremers bedanken voor zijn hulp, wijze adviezen, duwtjes in onze rug, het sussen van stressmomenten en vooral zijn geduld. Om iemand te hebben die in je gelooft als je het zelf niet meer doet is soms het enige wat een begeleider hoeft te doen. Bedankt voor de tijd die je voor ons vrijmaakte en voor het meedenken als wij het niet meer konden.

Muchas gracias a todos!

INHOUDSOPGAVE

Inleiding	6
Hoofdstuk 1: Theoretisch Kader	13
1.1 Toerisme	13
1.1.1 De antropologie van toerisme	13
1.1.2 <i>Community-based</i> toerisme (CBT)	14
1.1.3 Toerisme en commodificatie	16
1.2 Authenticiteit en authenticatie	17
1.2.1 Authenticiteit	17
1.2.2 Processen van authenticatie	18
1.3 Culturele identiteit	20
1.3.1 <i>Space</i> en <i>Place</i>	21
Hoofdstuk 2: Context	23
2.1 Maya identiteit in Guatemala	23
2.2 <i>Community-based</i> toerisme in San Juan la Laguna	24
2.3 Atitlán; ecologisch-sociaal-historisch perspectief	25
2.4 Weefcultuur in Guatemala	26
Hoofdstuk 3: <i>Turismo Comunitario</i> en de Artesanales	28
3.1 De Vissers van Chajil Ch’upup; percepties op en positionering binnen <i>turismo comunitario</i>	28
3.1.1 Ecologisch domein	38
3.1.2 Economisch domein	31
3.1.3 Cultureel domein	32
3.2 De weef <i>cooperativas</i> van San Juan	34
3.2.1 Cultureel domein	35
3.2.2 Economisch domein	35
3.2.3 Ecologisch domein	36
3.2.4 Fricties	37
3.3 Conclusie	38
Hoofdstuk 4: Positioneren en Creëren	39
4.1 <i>Los pescadores</i> – positionering in de natuur	39
4.1.1 <i>La naturaleza</i>	40
4.1.2 <i>Placing identity</i> ; sociale grenzen	41
4.2 <i>Las tejedoras</i> ; weefidentiteit	44
4.2.1 Maya voorouders; interpretatieve herontdekking van het verleden	45
4.2.2 Interactie, presentatie en representatie	47
4.3 Conclusie	48
Hoofdstuk 5: Narratieven van authenticiteit	49
5.1 De beschermers van het meer	49
5.1.1 Haken, lijnen en netten; het creëren van authenticiteit	50
5.1.2 <i>The Really Real</i> ; artisanal als voorbeeld	52
5.2 Authenticatie van het artisanale weefproduct	53
5.2.1 De demonstratie	54
5.2.2 <i>Hecho a Mano</i>	55

5.2.3 De materialen; <i>tintes naturales</i>	56
5.2.4 Traditie	57
5.3 Conclusie	58
Hoofdstuk 6: Y Aquí Estamos; Conclusie en Discussie	59
6.1 Positionering binnen <i>turismo comunitario</i>	60
6.2 Creëren van en positioneren binnen narratieven	61
6.3 Discussie	64
Bibliografie	66
Bijlagen	72

INLEIDING

“San Juan la Laguna, el lugar donde VIVEN los Tz’utujiles”
– San Juan la Laguna, de plek waar de Tz’utujiles leven –

Met deze slogan wordt de nieuwsgierige toerist, de tuk-tuk chauffeur of de overladen *camioneta*³ met vermoeide reizigers begroet als zij San Juan la Laguna, een van de dorpjes aan de oevers van het meer Atitlán in Guatemala, binnenrijden. De slogan staat vermeld op de papieren tasjes waarin weef *cooperativas* hun verkochte producten meegeven aan de toeristen. Het staat geschreven op de toeristenfolders waarin de vissers hun tours aanbieden. Deze slogan staat geschilderd op de muurschilderingen in het centrum van San Juan la Laguna en deze slogan is geformuleerd door de bewoners van San Juan la Laguna in het opzetten en creëren van een imago van hun *turismo comunitario* (CBT)⁴ in 2004.

San Juan el lugar donde VIVEN los Tz’utujiles⁵ vat samen op welke manier het *turismo comunitario* in San Juan wordt vormgegeven, namelijk vanuit de gemeenschap; de mensen die in San Juan wonen, werken en leven. Devine (2016) beargumenteert dat deze slogan binnen het *turismo comunitario* in San Juan niet slechts een marketingstrategie is voor cultureel toerisme; een vorm van toerisme waarin een culturele identiteit wordt uitgedragen en de gemeenschap onderdeel wordt van het ‘product’ dat wordt verkocht (Cole 2005). Volgens Devine is deze slogan ook een manier voor het stellen van (sociale) grenzen, waardoor Tz’utujiles in San Juan la Laguna communiceren wie er wel en wie er niet in San Juan wonen, werken en leven en waarmee zij een culturele identiteit begrenzen.

Binnen het *turismo comunitario* in San Juan is er gekozen de gemeenschap centraal te stellen, waarbinnen de lokale artisanales, een vorm van kunst waarin voornamelijk met de handen wordt gewerkt zonder de hulp van machines of geautomatiseerde processen,⁶ de spil in dit toerisme zijn. Tijdens een bezoek aan San Juan maakt de toerist kennis met de lokale arbeid door middel van tours naar de artisanale weef *cooperativas*, koffieplantages, maisvelden, lokaal gemaakte honing en chocolade, langs muurschilderingen en artisanale vistours. Allen zijn zij onderdeel van het *turismo comunitario* en creëren zij een verhaal om hun artisanales uniek en authentiek te maken en daarmee een plek te geven binnen San Juan el lugar donde VIVEN los Tz’utujiles. In deze scriptie

³ Een camioneta is een grote bus voor het openbaar vervoer in Guatemala. Onder toeristen is deze naam vooral bekend als “Chickenbus”.

⁴ *Turismo comunitario* wordt binnen de literatuur genoemd als: *community-based* toerisme (CBT). Met de term CBT in de tekst verwijzen wij naar deze etic-term.

⁵ Tz’utujil is een ‘Maya etnische groep’, dat vertaalt naar: de bloem van de mais plant (Loucky 2001)

⁶ “Definición de artesanía, <https://definicion.de/artesania/>, geraadpleegd op 07-06-2018

onderzoeken wij constructies van (culturele) identiteit en percepties op authenticiteit van twee artesanales, de weef vrouwen en vissers, binnen het *turismo comunitario* in San Juan la Laguna.

Culturele identiteit wordt binnen de antropologie omschreven als een sociaal construct, een proces van ‘worden’ en ‘zijn’ dat door middel van interactie constant verandert en nooit af is (Hall 2014, Barth 1969, Guadeloupe 2009). Hall stelt dat: “*identity as a ‘production’, which is never complete, always in process, and always constituted within, not outside, representation [...] problematizes the very authority and authenticity to which the term, ‘cultural identity’, lays claim*” (Hall 2014, 35). Ondanks dat Hall laat zien dat (culturele) identiteit altijd een proces van worden is, waarin claims van authenticiteit over een (culturele) identiteit worden geproblematiseerd, speelt het concept authenticiteit, en de zoektocht naar authenticiteit, binnen toerisme studies een prominente rol. Een veelvoorkomend perspectief binnen toerisme studies luidt: culturele identiteit wordt voor de verkoop aan toeristen tot een *commodity* gemaakt, waardoor het een hoofdzakelijk economische waarde krijgt en verandert in toeristische *commodities* wat vervolgens af zou doen aan de “culturele waarde” en “authenticiteit” van deze *commodities* (Cole 2007; Medina 2003; Cohen 1988; Olson 2002).

Deze (essentialistische) benadering impliceert een statisch, onveranderlijk karakter van zowel culturele identiteit als authenticiteit. Het concept authenticiteit is paradoxaal: ondanks dat het concept impliciet een dichotomie tussen het authentieke en niet-authentieke tot stand brengt, moet authenticiteit worden begrepen als een complex en gelaagd concept, waarin parallelle percepties van het authentieke bestaan (Theodossopoulos 2013), die worden geconstrueerd middels authenticatie; het proces van iets als authentiek maken (Cohen & Cohen 2012). Op dezelfde manier wordt er in het construeren van (culturele) identiteit continu gezocht naar verschil en gelijkheid om een grens te creëren tussen ‘wij’ en ‘zij’ (Hall 1996), terwijl in het begrijpen van (culturele) identiteit de fluiditeit, en veranderlijkheid door interacties, van dit concept moet worden omarmd (Jenkins 2014; Barth 1969). In een toeristische setting, waarin processen van commodificatie, authenticiteit en (culturele) identiteit continu problematiseren (Cohen 1988), is het begrijpen van lokale percepties op authenticiteit en constructies van (culturele) identiteit daarom interessant. Omdat de artesanales centraal staan in het *turismo comunitario* in San Juan la Laguna stellen wij in deze scriptie de volgende vraag: “Hoe worden percepties op authenticiteit van artesanales en (culturele) identiteit onder vissers en weef vrouwen binnen *turismo comunitario* geconstrueerd in San Juan la Laguna?” Om deze hoofdvraag te beantwoorden, hebben wij drie thema’s geïdentificeerd: authenticiteit, identiteit en *turismo comunitario*, en deze thema’s in drie deelvragen verwerkt. Ten eerste is het belangrijk om zich af te vragen hoe vissers en weefvrouwen zich positioneren binnen *turismo comunitario*. Bouwend op dit begrip is de vraag hoe (culturele)

identiteit door deze groepen worden geconstrueerd om tenslotte te bevragen hoe percepties op authenticiteit van de artesanales worden geconstrueerd.

Methoden

Om bovenstaande vragen te beantwoorden hebben wij van 26 februari tot 20 april acht weken etnografisch onderzoek gedaan in San Juan la Laguna, een dorp aan het meer van Atitlán in Guatemala, dat in 2012 11.047 inwoners telde waarvan ongeveer 90% Tz'utujil Maya is (INE 2012 in Sánchez-Cirspín & Propin-Frejomil 2017). Daarbij hebben wij gebruik gemaakt van verschillende kwalitatieve methoden: *hanging out*, *small-talk*, participerende observatie, informele gesprekken, semigestructureerde interviews en open interviews en foto en artefact analyse.

Gedurende de hele periode in het veld hebben wij gebruik gemaakt van *hanging out*, door dagelijks langs de kust van het meer en door de straten met weef*cooperativas* te lopen, een klein praatje te maken, *smalltalk*, met de vissers en weefvrouwen, waarbij wij onszelf introduceerden als studenten die onderzoek kwamen doen. Dit was erg belangrijk omdat de lokale mensen ons, twee westerse jonge vrouwen, bleven zien en behandelen als toeristen. Participatie wordt gebruikt als een methode om vertrouwen te winnen, toegang en een positie te verkrijgen waarin het waarschijnlijker is om valide informatie te verwerven (DeWalt en DeWalt 2011). Op dagelijkse basis heeft Yanise met de vissers op het meer gevestigd en heeft Betti in verschillende weef*cooperativas* geholpen. Gedurende ons veldwerk was participerende observatie heel waardevol, omdat wij kennis opdeden over het artisanale werken, onderlinge interacties en dynamieken konden waarnemen, gesprekken konden aanknopen en *rapport* met de vissers en weefvrouwen konden opbouwen; zowel door hen te helpen in dagelijkse activiteiten, maar ook simpelweg *by being there* (Davis en Konner 2011) en interesse te tonen. Zowel voor ons, als voor veel informanten was het Spaans niet de moedertaal, waardoor participerende observatie bijdroeg aan begrip en konden waarnemingen of demonstraties soms meer zeggen dan woorden.

Ten alle tijden maakten openlijk notities tijdens participerende observatie en gesprekken. Doordat wij van tevoren onze rol duidelijk hadden gecommuniceerd, was het voor de informanten helder dat hun informatie zou kunnen worden gebruikt voor ons onderzoek. In deze thesis worden alle informanten onder een pseudoniem genoemd om hun anonimiteit te waarborgen.

Een groot deel van onze data bestaat uit semigestructureerde en openinterviews. In totaal hebben wij dertig interviews gehouden: tien met weefvrouwen, twee met gidsen van de toeristenorganisatie *Rumpalaj Kristalin*, twee met *los ancianos*, een groep ouderen uit San Juan, en zestien interviews onder twaalf vissers, waarvan één niet lid was van Chajil Ch'upup. In semigestructureerde interviews, hielden wij een zekere mate van controle door middel van

topiclijsten (Boeije 2010, 62). Voornamelijk aan het begin van het onderzoek was deze methode prettig om niet af te dwalen, maar naarmate het veldwerk vorderde hadden wij onze thematiek meer *embodied* en werd het afnemen van openinterviews natuurlijker. Als *informed consent* introduceerden wij voorafgaand aan een interview het doel van het onderzoek en vermeldde wij dat de informatie vertrouwelijk was en doormiddel van pseudoniemen zou worden geanonimiseerd.

Als laatste methode hebben wij foto en artefact analyse gebruikt. In een aantal interviews hebben wij foto's van specifieke muurschilderingen uit San Juan getoond en samen met de informant geanalyseerd (Boeije 2010, 139-142). De foto's waren nuttig voor het aansnijden van lokale interpretaties van schilderingen of minder spraakzame informanten aan het praten te krijgen. Verder is er met de weefvrouwen gesproken over de designs en figuren van de weefwerken om meer duidelijkheid te krijgen over de betekenis achter het weefwerk en wat men tracht te communiceren via de gekozen patronen.

Onderzoekspopulatie

Niet alle vrouwen die weven in San Juan zijn ook onderdeel van een van de meer dan 25 cooperativas. Hetzelfde geldt voor de vissers die niet allemaal lid zijn van Chajil Ch'upup. Er is echter hoofdzakelijk gesproken met vrouwen die lid zijn van vier verschillende *cooperativas*, en mannen die lid zijn van associatie Chajil Ch'upup. Dit waren vrouwen tussen de 18 en 65 jaar en mannen tussen de 27 en 66 jaar, waarvan velen hun eigen gezin hadden. Bijna alle vrouwen en mannen wonen al generaties lang in San Juan, twee van onze participanten kwamen uit San Pedro, maar waren door huwelijk in San Juan komen te wonen, werken en leven.

Diana en Felicia waren gatekeepers voor Betti, omdat zij in overleg met de rest van de weefvrouwen toegang verleenden tot de cooperativa en de weefvrouwen. Felipe, de voorzitter van Chajil Ch'upup was voor Yanise de gatekeeper, door haar toegang tot de vergaderingen te verschaffen en haar de ruimte te geven om hier vissers te ontmoeten. Luiz en Julian zijn voor Yanise sleutelinformanten geweest, doordat zij als *fundadores* van Rupalaj K'ristallin veel informatie over de relatie tussen de vissers en het *turismo comunitario* hebben verschaft en beiden veel wisten over de vervuiling van het meer.

Doel en relevantie

Het doel van onze scriptie is het begrijpen op welke verschillende manieren groepen binnen een gemeenschap authenticiteit creëren en (culturele) identiteit construeren. Binnen CBT staat de gemeenschap centraal, maar dit wordt niet altijd geïmpliciteerd binnen studies naar CBT, waarin een gemeenschap vaak als statische homogene groep binnen een bepaalde plaats wordt

geconceptualiseerd, waardoor verschillende percepties en ervaringen vanuit de gemeenschap op CBT onderbelicht blijven (Blackstock 2005). Percepties van de lokale gemeenschap op CBT is een groot hiaat binnen CBT-studies en door ons te focussen op twee groepen bewegend binnen *turismo comunitario* in San Juan springen wij in op dit hiaat. Waar de weef vrouwen met meer dan twintig *cooperativas* het toerisme in San Juan domineren en voornamelijk aantrekken, zijn de tours van de vissers, die slechts in één associatie zijn verenigd, een schaars bezocht onderdeel binnen het toerisme in San Juan. Hierdoor heeft ons onderzoek een comparatief karakter, waarin het interessant is om beide groepen te vergelijken, omdat zij een andere ervaring hebben en intensiteit beleven van het *turismo comunitario* en beiden een andere artisaanaal gebruiken. Tevens zullen wij in navolging van Hall (2014) het spanningsveld tussen de flexibiliteit en contextgebondenheid van (culturele) identiteit en creaties van authenticiteit in deze scriptie centraal stellen binnen verschillende groepen in een kleine gemeenschap, waardoor wij een bijdrage leveren aan de complexiteit rondom twee fluïde, paradoxale, nauw verbonden concepten op lokaal niveau.

Outline

In deze thesis zullen wij in het eerste hoofdstuk de literatuurstudie naar toerisme, culturele identiteit en authenticiteit behandelen. Hierin zal de problematiek en het spanningsveld omtrent deze drie concepten centraal staan. Het daaropvolgende hoofdstuk vormt een contextuele schets van: CBT in Guatemala en (culturele) ‘inheemse’ identiteit in Guatemala en toerisme, *turismo comunitario* in San Juan la Laguna, de sociaalhistorische geschiedenis van het meer van Atitlán en de weefcultuur in Guatemala. Na het contextuele hoofdstuk zullen wij drie empirische hoofdstukken presenteren. Het eerste empirische hoofdstuk gaat in op de manier waarop de weefvrouwen en vissers zich positioneren binnen culturele, ecologische en economische domeinen van CBT. Het behoud van ‘cultureel’ en ecologisch behoud is hierbinnen een belangrijk verschil tussen weefvrouwen en vissers. Hoofdstuk vier beschrijft hoe de vissers en weefvrouwen in relatie tot het artisanale werken (culturele) identiteit construeren, waarin de relatie tussen positionering in voorouderlijke geschiedenissen en het stellen van sociale grenzen wordt benadrukt. Het vijfde en laatste empirische hoofdstuk geeft een beschrijving van percepties op authenticiteit, en narratieven van authenticiteit, van artisanales. Hierin wordt de relatie tussen de maakbaarheid van authenticiteit door narratieven en het construeren van culturele identiteit duidelijk. Tenslotte wordt in het laatste hoofdstuk een conclusie getrokken, waarin onze bevindingen naast elkaar worden gelegd en wij laten zien hoe twee groepen zowel overeenkomsten als verschillen hebben onze scriptie. Aan het

einde van de hoofdstukken drie, vier en vijf zal in een korte conclusie de weefvrouwen en vissers continu met elkaar worden vergeleken.

HOOFDSTUK 1

THEORIE EN CONCEPTEN

In dit hoofdstuk zal ons onderzoek theoretisch ingebed worden. De belangrijke academische begrippen, *community-based tourism*, authenticiteit en culturele identiteit, die de aanleiding vormen van ons onderzoek benaderen wij in dit hoofdstuk. Wij bespreken hoe in een wereld van mondialisering, toerisme en commodificatie het concept authenticiteit wordt geproblematiseerd. Het spanningsveld tussen culturele identiteit en authenticiteit, dat kort is benoemd in de inleiding, halen wij in dit kader aan, waarin wij de academische debatten omtrent deze problematiek benaderen.

1.1 Toerisme

Door Betti Lemstra Yanise Zijlstra

Mondialisering gaat zowel over de compressie van de wereld als de intensivering van het bewustzijn van de wereld als een geheel (Eriksen 2014, 4). Mondialisering bestaat uit processen waarbij de wereld heel dicht met elkaar verbonden wordt door toegenomen economische handel en transnationale activiteiten, snellere communicatienetwerken, internet, en mobiliteit (Eriksen 2014, 4). Eén van die processen is toerisme. Toerisme verbindt als geen ander mensen over de wereld. Contact met mensen van overal uit de wereld zorgt ervoor dat ideeën worden verspreid, maar ook dat men steeds meer een unieke identiteit probeert te benadrukken. In deze paragraaf zal het fenomeen toerisme en de antropologie van toerisme worden belicht om vervolgens dieper in te gaan op een alternatieve vorm van toerisme; *community-based tourism* (CBT).

1.1.1 De Antropologie van Toerisme

Door Betti Lemstra Yanise Zijlstra

Toerisme is een van de meest kenmerkende fenomenen in de gemondialiseerde wereld en het is globaal de grootste en snelst groeiende industrie en werkgever (Eriksen 2014; Azarya 2004). Eriksen (2014) stelt dat de continue groei van toerisme gepaard gaat met de groei van het aantal toeristen en haar aanbieders, met als gevolg het ontstaan van een diverse scala aan vormen van toerisme, interesses en ervaringen. Deze toename van aantal en diversiteit, maakt begrippen als ‘toerisme’ en ‘toeristen’ multidimensionale concepten, die moeilijk te definiëren zijn (Wallace 2005).

In de antropologie is toerisme dan ook geen uniform fenomeen, maar een complex domein van gedrag, representatie en interactie (Leite en Swain 2015).

Een van de belangrijkste bijdrage van antropologie aan toerisme studies is volgens Leite en Swain (2015) de aandacht voor de rol van toeristische representatie; in de ‘vorming’ van lokale bevolkingen en hun betrekking in *self-commodification*. Eriksen (2014) zet uiteen dat toerisme, in relatie tot mondialisering, kan worden geïnterpreteerd als een homogeniserend, generaliserend, massaproductie fenomeen, waardoor vaak de impact van toerisme op een ‘cultuur’ wordt onderzocht. Deze ‘impact’ van toerisme op ‘cultuur’, is één van de leidende vragen binnen de antropologie van toerisme (Shepherd 2002). Binnen de antropologie van toerisme, wordt toerisme gekaderd rond drie vragen: Waarom reizen mensen? Wie heeft er profijt van dit reizen? En wat is de culturele impact van toerisme? In deze vragen worden noch de lokale percepties van toerisme, noch de participatie van lokale gemeenschappen belicht. Stronza (2001) bekritiseert dit gebrek en benadrukt het belang van het onderzoeken van lokale percepties op, en participatie binnen, toerisme.

1.1.2 *Community-based tourism (CBT)*

Door Betti Lemstra

Toerisme verkoopt de ervaring van een plek en zijn inwoners als een product waarbij de identiteit van deze plek en zijn inwoners vaak zo geïcommodificeerd wordt dat de verschillende narratieven die deze plek en identiteiten definiëren niet juist overgebracht worden (Devine 2017). Er ontstaat zoals Tsing het noemt frictie; zones van “*awkward, unequal, unstable, and creative qualities of interconnection across difference*” (2005, 4). Machtsrelaties binnen toerisme worden bepaald door wie de productiemiddelen bezit, in andere woorden: wie bepaalt hoe een plek en lokale cultuur wordt geïcommodificeerd (Devine 2017), waarbij frictie ontstaat tussen verschillende betrokken actoren. Frictie zorgt voor actie en beweging, en laat zien dat ontmoetingen tussen soms ongelijke (in termen van macht, vermogen, invloed, autoriteit) en heterogene krachten kunnen leiden tot nieuwe regelingen of vormen van cultuur en macht waarin de ideeën en wereld van mensen kunnen veranderen en “cultuur” constant ge(re)produceerd wordt (Tsing 2005, 4-6). Wat gezien kan worden als een vorm van toerisme ontstaan uit deze frictie is *community-based* toerisme (CBT) waarbij de lokale gemeenschap het toerisme in de gemeenschap reguleert/invult om zo te participeren in het discours omtrent de commodificatie van plek en lokale identiteit.

CBT is een vorm van alternatief toerisme, waarin rekening wordt gehouden met de waardes van de lokale gemeenschap omtrent natuur en cultuur en een duurzame interactie tussen toeristen

en lokale bevolking tot stand brengt (Stronza 2001). In CBT speelt de lokale gemeenschap een centrale rol; als een dienstenindustrie is toerisme erg afhankelijk van de medewerking van de lokale bevolking, zeker wanneer het cultureel toerisme betreft en de gemeenschap dus onderdeel is van het 'product' (Cole 2005). De groei van de toeristische sector heeft geleid tot diversificatie in toerisme, waarin cultureel toerisme steeds meer op de voorgrond komt (Eriksen 2014). Cultureel toerisme, ook wel benoemd als inheems of etnisch toerisme, wordt gedefinieerd als een dienst of product dat in het bezit is van, en geoperationaliseerd wordt door, een 'inheemse' of 'etnische' lokale groep en resulteert in een uitwisseling van betekenis met outsiders (Bunten 2010). Het richt zich op het uitdragen van een unieke culturele inheemse identiteit, waarbij de focus van het toeristenbezoek ligt op culturele gebruiken, inheemse dorpjes, lokale artisanale, traditionele ceremonies (Cole 2005). Zo kan het gezien worden als een manier om eigen ideeën van inheemse identiteit te bevestigen, een eigen verhaal te vertellen, en om de significantie van de lokale beleving vast te stellen (Cole 2005).

CBT heeft als doel een duurzamere vorm van toerisme te vormen waarbij het bezoek van toeristen en hun aanraking met de lokale natuur, cultuur en bronnen, bijdraagt aan het behoud hiervan en tegelijkertijd economische vooruitgang teweegbrengt binnen de gemeenschap (Stronza, 2001; Salazar, 2012). CBT zou de controle in handen van de lokale bevolking moeten leggen en moeten zorgen voor een manier waarop alle actoren die betrokken zijn, of worden, bij toerisme binnen de gemeenschap evenwaardig profiteren (Salazar, 2012). De controle over het besluit welke kenmerkende aspecten van cultuur en locatie gecommodificeerd worden is belangrijk omdat het de machtsrelaties, politieke mogelijkheden en duurzaamheid binnen toerisme bepaalt (Devine 2017). Echter, is er niet altijd sprake van eensgezindheid en gelijkheid binnen een gemeenschap wat leidt tot fricties. Binnen gemeenschappen is soms niet iedereen het eens met de benadering van toerisme en de beelden die worden uitgedragen, wat vragen oproept over authenticiteit. Overeenstemming en controle zijn de sleutelfactoren voor succes van CBT volgens Salazar (2012).

Niet alleen kan CBT worden gezien als een beweging die voortkomt uit local-global frictie, juist door CBT worden complexe verhoudingen en relaties binnen culturele groepen en mondiale krachten zichtbaar (Bressner 2010). Binnen CBT ontmoeten lokale discoursen omtrent culturele identiteit en lokale cultuur elkaar wederom (Bressner 2010). Guadeloupe beschrijft dat mondialisering processen, het internet en internationale televisie een bewustzijn creëren van de verwachtingen die toeristen hebben van een plek en zijn mensen en deze op een bepaalde manier positioneren in termen van geschiedenis en cultuur waar de lokale bevolking vervolgens op inspeelt door het performen van een bepaalde identiteit (Guadeloupe 2009:33). Lokale inheemse actoren werkzaam binnen CBT moeten omgaan met de paradox van het aan de ene kant leveren van een

product dat aan de verwachtingen van de markt voldoet maar tegelijkertijd stereotypes moet aanvechten die op deze markt bestaan (Bunten 2010). CBT kan een mogelijkheid bieden voor een gemeenschap om een eigen invulling te geven aan de representatie van de plek, de gemeenschap en haar mensen, waarin er een beroep kan worden gedaan op bepaalde versies van de geschiedenis, autoriteit en autonomie, dat kan worden gecommuniceerd naar een internationaal publiek door toerisme (Devine 2017).

1.1.3 Toerisme en commodificatie

Door Yanise Zijlstra

De mogelijkheid te besluiten welke aspecten van de ‘cultuur’, identiteit of plaats worden gecommuniceerd binnen CBT (Devine 2017), duidt op een problematisering van toerisme en commodificatie. In een veelvoorkomend perspectief op toerisme en commodificatie wordt gesteld dat toerisme een cultuur verandert in een commodity voor de verkoop aan toeristen, met als resultaat een verlies aan ‘authenticiteit’ of ‘culturele waarde’ voor de lokale gemeenschap (Cole 2007; Medina 2003; Stronza 2001; Olsen 2002; Theodossopoulos 2013; Cohen 1988). Binnen deze problematisering liggen assumpties over commodificatie van culturele producten, uitvoeringen, identiteiten of ‘gehele culturen’ ten grondslag aan onderzoeken over de ‘impact’ van toerisme op de lokale ‘cultuur’ en samenleving (Cohen 1988; Medina 2003; Shepherd 2002). (Culturele) commodificatie is een proces waardoor (culturele) producten of activiteiten slechts in termen van hun economische waarde worden benaderd en zij als goederen of diensten worden gezien (Cohen 1988). Juist binnen een gemonialiseerde wereld en de toeristische sector, waarin de markt steeds groter wordt, wordt de commodificatie van producten steeds intensiever op een grotere schaal. De vraag omtrent commodificatie is daarom wat er gebeurt met andere betekenissen, zij het cultureel, religieus of sociaal, die worden toegekend aan de gecommuniceerde producten, activiteiten of identiteiten (Cohen 1988).

Een dergelijke redenering vloeit voort uit MacCannells (1973) *frontstage* en *backstage* authenticiteit; een studie die het startsein gaf aan de problematisering van authenticiteit binnen voornamelijk toerisme studies. Hierin stelt MacCannell dat waar gemeenschappen een ‘neppe versie’ van hun cultuur of identiteit *stagen* in de *frontstage* voor toeristen, in de *backstage* een ‘ware authentieke cultuur’ te vinden is. In dit perspectief worden lokale producten, gebruiken, feesten, of kunstobjecten voor de toeristen gemaakt of opgevoerd, waardoor het verandert in toeristische commodities en daarmee als een in-authentiek *staged authenticity* kan worden gezien (Cohen 1988).

Een verlies aan authenticiteit door culturele commodificatie is echter gebaseerd op een essentialistische benadering tot ‘cultuur’ of ‘culturele identiteit’. Tevens kan commodificatie leiden tot processen omtrent de instandhouding van culturele tradities en lokale culturele identiteit (Cohen 1988). De op de toeristen georiënteerde producten en diensten die worden aangeboden op een plek, kunnen zorgen voor nieuwe betekenisgeving voor de lokale bevolking, omdat deze producten en diensten functioneren als een sleutel kenmerk voor culturele identiteit en dienen als een middel van zelf-representatie voor een extern publiek (Cohen 1988).

In het begrijpen van de relatie tussen toerisme, commodificatie en authenticiteit, is het belangrijk voorbij *frontstage* en *backstage* authenticiteit te gaan, omdat dit verschillende gelijktijdige percepties van het authentieke negeert (Theodossopoulos 2013). Bruner trekt daarmee de volgende conclusie: “*I do not look behind, beneath, or beyond anything [...] there is no simulacrum because there is no original*” (Bruner 2005, 5). In de volgende paragraaf zal de complexiteit rondom het concept authenticiteit verder worden benaderd.

1.2 Authenticiteit en Authenticatie

Door Yanise Zijlstra

Zoals in de vorige paragraaf is besproken, wordt het concept authenticiteit binnen studies naar toerisme en de impact van toerisme op lokale samenlevingen en ‘culturen’ geïnterpreteerd. Dit hoofdstuk behandelt de complexiteit omtrent authenticiteit als conceptueel analytisch begrip. Als conceptuele benadering bestaat authenticiteit simpelweg uit twee vragen: Wat is iets authentiek; percepties op authenticiteit en hoe wordt iets authentiek; processen van authenticatie, dat aanvullend leidt tot vragen over waarom iets authentiek wordt gemaakt. Dit hoofdstuk bespreekt beide facetten van authenticiteit, waarin wordt benadrukt dat verschillende interpretaties van authenticiteit gelijktijdig bestaan en narratieven worden gecreëerd om authenticiteit te claimen.

1.2.1 Authenticiteit

Authentiek. Gelijk aan het origineel. Echt en daardoor betrouwbaar.

Authentiek is voor de meesten geen vreemd woord en binnen de volksmond voornamelijk bekend zoals Van Dales definitie van authenticiteit. Het concept authenticiteit omvat vaak de verwachting van een ‘echte representatie’ en heeft betrekking tot het maken van claims over ‘wie’ of ‘wat’ echt is wat ‘wie’ of ‘wat’ claimt te zijn’ (Theodossopoulos 2013). Als analytisch concept is authenticiteit

echter onstabiel (Steiner en Reisinger 2006) en een aanhoudend conceptueel debat omtrent authenticiteit, dat tot dusver nog niet heeft geleid tot één consensus, heerst binnen toerisme studies (Taylor 2001). Ruwweg wordt er vaak een onderscheid gemaakt tussen drie conceptualisaties van authenticiteit. Objectief: object authenticiteit dat duidt op “echtheid, uniekheid en originaliteit” van producten, handwerken, culturen of ceremonies (Steiner en Reisinger 2006). Subjectief: existentiële authenticiteit, dat in relatie staat tot persoonlijke ervaringen van authenticiteit en een staat waarin individuen dichtbij hun “ware ik” zijn (Steiner en Reisinger 2006, 299). En ten slotte constructieve authenticiteit (Cohen 1988; Olson 2002), waarin de maakbaarheid van authenticiteit als sociale constructie wordt onderzocht. Hierbinnen staat de sociale constructie van de persoonlijk ervaren objectieve en subjectieve authenticiteit centraal.

In het conceptualiseren en analyseren van authenticiteit wordt echter vaak gedacht in dichotomieën: het authentieke versus het niet-authentieke (Cole 2007; Olson 2002; Cohen 1988; Theodossopoulos 2013). De constructie van het authentieke staat immers bij een conceptualisatie van het niet-authentieke. Authenticiteit is echter een gelaagd en complex begrip en meerdere percepties op een wellicht heersende ‘statische, lokale contextuele conceptualisatie van het authentieke’ bestaan gelijktijdig naast elkaar, raken met elkaar in conflict of worden onderhandeld (Theodossopoulos 2013; Banks 2013). Om verschillende interpretaties en percepties van ‘het authentieke’ te vatten, ligt vanuit een antropologisch perspectief de focus op het begrijpen van parallelle percepties op authenticiteit en de creaties van narratieven die worden gecommuniceerd voor het claimen en maken van authenticiteit (Van de Port 2004; 2005). Dit vergt een verschuiving in analyse, waarin centraal staat hoe iets authentiek wordt gemaakt.

1.2.2 Processen van authenticatie

Een verschuiving in analyse van authenticiteit naar authenticatie betekent een verschuiving van focus, waarin de aandacht ligt op welke claims worden gelegd op percepties op authenticiteit en onderliggende processen die dit mogelijk maken. Cohen en Cohen (2012) beschrijven authenticatie als *“a process by which something – a role, product, site, object or event – is confirmed as ‘original’, ‘genuine’, ‘real’ or ‘trustworthy’”*. Als authenticiteit als concept verschillende, parallelle interpretaties en percepties met zich meebrengt, dan heeft authenticatie betrekking op het claimen van waarheden rondom verschillende percepties (van de Port 2004;2005), ofwel het authenticeren van verschillende percepties. Van de Port beargumenteerd dat in een wereld waarin ‘de waarheid’ steeds meer bedreigd wordt en er geen monopolie op de waarheid heerst, de zoektocht naar *‘the really real’* steeds

belangrijker wordt. In zijn onderzoek naar *possessions* in de wereld van Candomblé in Bahia, stelt van de Port (2004; 2005) dat in het proces van authenticatie, of in zijn woorden: “*the continuous human effort that goes into manufacturing and maintaining a sense of ‘authentic grounding’*” (2004), verschillende *registers of incontestability* worden gecreëerd: een specifieke wijze waardoor communicatie plaatsvindt en waarin ‘onbetwistbare waarheden’ weerklinken (van de Port 2004). Authenticiteit gaat in deze zin om het creëren van narratieven; creëren van registers waarin narratieven over de waarheid weerklinken, het creëren van een narratief om *‘the really real’* te zijn.

Binnen een vraagstuk over authenticatie en claims op authenticiteit, moet volgens Cohen en Cohen (2012) tevens een focus liggen op waarvoor bepaalde claims dienen en wie deze claims maken. In een onderzoek naar ‘de authenticiteit’ van identiteit in de 21e eeuw, laat Banks (2013) aan de hand van twee voorbeelden zien dat authenticiteit, als een proces, instrumenteel gebruikt kan worden voor bepaalde identificeerbare doeleinden; zij het materieel, politiek, sociaal of cultureel. Banks benadrukt de complexiteit en fluiditeit van zowel authenticiteit en identiteit, waarin hij beargumenteert dat in het maken van bepaalde identiteit claims, authenticiteit op een instrumentele wijze dient om deze claims van identiteit te authenticeren. Hierin maakt Banks tevens een nuance, waarin hij benadrukt dat alle uitingen van authenticiteit, en processen van authenticeren die hierin een rol spelen, impliciet een instrumenteel doeleinde hebben. Echter worden instrumentele doeleinden door bepaalde groepen meer op de voorgrond gezet dan anderen.

Banks 2013 duidt op een relatie tussen identiteit, authenticiteit en authenticatie. Om dit idee verder uit te werken is het belangrijk het concept (culturele) identiteit te conceptualiseren en voornamelijk de constructies van deze (culturele) identiteit.

1.3 Culturele Identiteit

Door Betti Lemstra

In de vorige paragraaf is kort de relatie tussen authenticiteit en identiteit benadrukt. In deze paragraaf behandelt het concept identiteit en culturele identiteit. De paradox van het mondialiseringsproces is: hoe meer men met elkaar in verbinding komt te staan, hoe meer men de neiging voelt zich te onderscheiden (Eriksen 2014). Eriksen (2014) stelt in lijn hiermee dat hoe abstracter de wereld om ons heen wordt, hoe belangrijker lokale beginselen worden voor onder andere de constructie van identiteit.

Binnen de antropologie wordt identiteit benaderd als een sociaal construct, wat betekent dat het een fenomeen is dat in de sociale omgeving, door middel van sociale relaties, gemaakt wordt. Daarbij is identiteit geen term die in een definitie gevat kan worden maar een proces; een proces van ‘zijn’ en ‘worden’ (Jenkins 2014). Zoals met het woord proces al wordt geïmpliceerd, is identiteit iets wat constant in beweging is. Het wordt in de literatuur dan ook omschreven als fluïde, dynamisch, veranderlijk, contextueel, en multidimensionaal (Brubaker and Cooper 2000; Jenkins 2014; Barth 1998). De reden hiervoor is dat identiteit geconstrueerd wordt in relatie tot en interactie met, context en plaats, waarin het tijdsafhankelijk, subjectief en gelaagd is (Hall 2014; Guadeloupe 2009; Barth 1998). Dit zal verder uitgewerkt worden door het bespreken van de wetenschappelijke literatuur omtrent collectieve identiteit, en in het specifiek, culturele identiteit.

Stuart Hall (2014) beschrijft dat culturele identiteit wordt gezien als een gedeelde cultuur, die boven oppervlakkige en kunstmatige vormen van zelfpresentatie overstijgt en daarom ‘echt’ is en tevens wordt gebaseerd op een gedeeld voorouderschap of herkomst en geschiedenis. Een culturele identiteit reflecteert in deze zin dus gedeelde historische ervaringen en culturele codes die ons als eenheid een stabiel statisch referentiekader biedt, waaruit betekenis kan worden afgeleid. Echter, zo stelt Hall (2014), komen deze gedeelde geschiedenis en cultuur voort uit het navertellen van het verleden waarbij het denkbeeldige herontdekken, “*the act of imaginative rediscovery*”, niet onderschat moet worden.

Culturele identiteit moet, ondanks dat het geschiedenissen heeft, niet gezien worden als vastgelegd in het verleden maar iets dat constant verandert en transformeert en een zaak van ‘worden’ en ‘zijn’ is dat door middel van interactie continue in wording is en verandert (Hall 2014; Barth 1998). Hall stelt daarom dat culturele identiteit niet iets is wat al bestaat en plaats, tijd, geschiedenis en cultuur overstijgt. Echter wordt dit wel gevormd door de manier waarop er wordt gesproken over en binnen de politiek, geschiedenis en cultuur. Culturele identiteit is in deze strekking de manieren waarop we onszelf positioneren en worden gepositioneerd binnen de

verhalen, herinneringen, mythes en fantasieën die worden geconstrueerd met betrekking tot het verleden in relatie tot het heden (Hall 2014). Zo'n collectieve culturele identiteit kan dus gebaseerd worden op bijvoorbeeld het delen van een koloniaal verleden of verbintenis met een voorouderlijk thuisland, tradities die van generatie op generatie worden doorgegeven (Weaver 2001; Lee 2006), maar ook taal kan een verbindende factor zijn zoals Anderson (2006) benadrukt.

Echter gaat het bij het construeren van culturele identiteiten niet zo zeer om de inhoud, 'the cultural stuff', maar om de sociale grenzen, interactie en relaties die constant in vorming en verandering zijn (Hall 2014; Barth 1998; Eriksen 2014). Tijdens interacties wordt er constant gezocht naar verschil en gelijkheid om zo een grens te kunnen construeren tussen 'wij' en 'zij' en zo een mate van 'otherness' te creëren (Hall en du Gay 1996, 4). Volgens Eriksen (2014) moet culturele identiteit niet gezien worden als iets dat men bezit, maar als een onderdeel van een relatie tot iets of iemand. Dit betekent dat, afhankelijk van tot wie of wat de relatie op dat moment is, identiteit wordt gevormd en *performed* (Guadeloupe 2009, 32, 66, 67).

1.3.1 Space en place

Door Yanise Zijlstra

Zoals in de vorige sub paragraaf is beschreven, staat culturele identiteit staat niet "vast" in een bepaalde plaats, maar wordt dit wel gevormd binnen bepaalde discoursen en interacties. Het begrijpen van vragen over 'wie wij zijn' in het construeren van identiteit, is intrinsiek verbonden aan vragen over 'waar wij zijn' (Dixon en Durrheim 2000). Daarmee is het inbeelden van een gemeenschap, natie of etniciteit nauw verbonden met percepties van plaats (*place*) en is een gemeenschap zowel *imagined* als gelimiteerd aan grenzen (Andersson 2006). Percepties van *place of a sense of place* worden gemaakt: "*Places are endlessly made [...] when ordinary people extract from continuous and abstract space a bounded, identified, meaningful, named, and significant place*" (Gieryn 2000, 471). Gieryn stelt dat het onderscheid tussen *space* en *place* voortkomt uit de redenatie dat een *space* verandert in een *place* wanneer er betekenis aan de *space* wordt toegekend (Gieryn 2000). Niet iedereen kent echter dezelfde betekenissen toe aan een bepaalde *space*, en *places* kunnen daarom een unieke realiteit zijn voor de ene inwoner, terwijl het voor de ander een heel andere betekenis heeft (Rodman 1992). *Places* zijn daardoor sociaal geconstrueerd, waardoor er verschillende (collectieve) betekenissen van *place* tegelijkertijd bestaan en met elkaar worden gedeeld of juist in conflict zijn met elkaar. Rodman beschrijft daarom dat *place* de *lived experience* is van *space* en is daarmee een sociaal construct dat wordt gevormd en continu veranderd (Rodman 1992), net als interacties sociale grenzen van culturele identiteit vormen en veranderen.

Tevens construeren mensen een *place* waaraan zij waarde hechten en betekenis aan toekennen. *Place attachment* komt voort uit “verzamelde biografische ervaringen, waarin we *place* associëren met traumatische, gelukkige, triomfantelijke, geheime, enge of bijzondere gebeurtenissen die ons daar persoonlijk zijn overkomen” (Gieryn 2000, 481). Hoe langer men op een plek woont, hoe meer geworteld men zich voelt in die plek, waardoor *place attachment* ook sterker wordt, stelt Gieryn. Het verlies van *place* heeft volgens Gieryn daarom gevolgen op individuele en collectieve identiteit, *memory* of geschiedenis, zoals vluchtelingen die hun “een eigen plek” verliezen door hun land te moeten ontvluchten.

Culturele identiteit wordt gevormd door interacties en veranderingen, waarin wordt gezocht naar gelijkenissen tussen ‘wij’ en ‘zij’. Hierbinnen spelen ook percepties en ervaringen van *place* een rol, die veranderen en waaraan verschillende, soms conflicterende, betekenissen worden toegekend die kunnen bijdragen aan het vinden van nieuwe gelijkenissen tussen, of verschillen met, *the other*.

HOOFDSTUK 2

CONTEXT

Door Betti Lemstra en Yanise Zijlstra

In dit hoofdstuk wordt de theorie omtrent (culturele) identiteit en CBT toegepast op de context waarbinnen dit onderzoek plaats heeft gevonden, Guatemala en in het specifiek San Juan la Laguna. Eerst wordt nu gekeken naar inheemse Maya identiteitsconstructies in Guatemala. Vervolgens zal beschreven worden hoe dit in toerisme wordt ingezet, om daarna het *community-based* toerisme, *turismo comunitario*, in San Juan la Laguna te beschrijven. Ten slotte zullen wij inzoomen op het meer van Atitlán en de visserij en weefcultuur in Guatemala.

2.1 Maya identiteit in Guatemala

In de zoektocht naar een ‘authentiek karakter’ wordt er in Guatemala in het kader van toerisme een focus gelegd op Maya erfgoed en Maya inheemse identiteit (Fischer & Hendrickson 2003, 29). Inheemse Maya’s vormen het merendeel van de Guatemalteekse bevolking en moeten worden erkend als een zeer diverse groep bestaande uit meerdere verschillende etniciteiten. Hierdoor bestaat ‘de Maya-identiteit’ niet. Wel zijn er enkele aspecten te onderscheiden op basis waarvan verschillende Maya-identiteiten vaak geconstrueerd worden zoals Fischer en Hendrickson (2003) beschrijven.

Maya’s worden over het algemeen gezien als een groep waarvan de voorouders al voor de koloniale tijd in Guatemala, zuid-Mexico, Belize en Honduras leefden en een van de 30 Maya talen spreken, traditionele kleding dragen, en zichzelf identificeren als inheems (Fischer en Hendrickson 2003, 1). Naast taal en manier van kleden, worden er claims op ‘Maya-identiteit’ gelegd op basis van een cultureel erfgoed, en een idee dat het verleden identiteit vormt (Fischer en Hendrickson 2003, 100). In lijn met deze veronderstelde onlosmakelijke verbondenheid met het verleden en Maya voorouders, wordt er, met name door de oudere generatie, een verplichting uitgedragen vast te houden aan dit verleden met respect naar de voorouders (Fischer en Hendrickson 2003, 88). Hierdoor lijken sommige aspecten die worden toegekend aan ‘Maya-zijn’ in tegenstrijd met verandering en moderniteit (Fischer en Hendrickson 2003, 88). Echter vanaf het eerste contact met de Spanjaarden hebben ‘inheemse Maya groepen’ invloeden van Westerse landen als Spanje omarmt en opgenomen; tegelijkertijd vasthoudend aan een veronderstelde ‘authentieke Maya-identiteit’ (Fischer en Hendrickson 2003, 2). Ondanks dat in de sociale wetenschap een

essentialistische benadering van culturele identiteit verworpen wordt en vervangen voor een constructivistisch begrip van culturele identiteit, grijpen etnische groeperingen, binnen de context van kolonialisme en neokolonialisme, terug op veronderstelde essenties van hun cultuur (Fischer 1999, 473). In hun poging tot het herstellen van een ‘unieke’ culturele identiteit richten zij zich op elementen die worden beschouwd als authentiek (Fischer 1999, 473). Een dergelijke *imaginative rediscovery* van identiteit door middel van verhalen over het verleden moet worden begrepen vanuit het idee dat ook het verleden onderhevig is aan interpretatie en deze verhalen over het verleden constructies zijn van herinnering, mythes en fantasie (Hall 2014).

2.2 *Community-based* toerisme in San Juan la Laguna

Om zich te behoeden voor de komst van buitenlandse en niet lokale toerisme bedrijven en onroerend goed, zoals in omliggende dorpen gevestigd, heeft San Juan la Laguna gekozen voor een *community-based* vorm van toerisme, *turismo comunitario*. In 2001 besloot San Juan’s gemeentelijke raad van ontwikkeling toerisme in te gaan zetten als ontwikkelingsstrategie voor het arme dorp waar de Maya Tz’utujil voornamelijk leefden van agricultuur, bosbouw, en artisanale productie (Palacio, 2010). Het toerisme in San Juan werd gecentreerd omtrent cultuur, om zo een collectieve Tz’utujil identiteit te bevestigen en San Juan te claimen als Tz’utujil territorium (Devine 2016). In lijn hiermee begon NGO *Fundación Solar* met het organiseren van de gemeenschap van San Juan in micro-businesses; associaties en *cooperativas*, met een focus op heropleving van Tz’utujil voorouderschap en duurzaamheid van het milieu (Palacio 2010). Middels muurschilderingen, geschilderd door de lokale schilders, wordt een verhaal verteld over de lokale Tz’utujil geschiedenis, ambachten, en voorouderlijke tradities en een claim op *space* gelegd (Devine 2016). In 2004 was het toerisme in San Juan uitgegroeid tot 16 micro-businesses met een focus op artisanale ambachten, schilderen, traditionele medicinale planten, artisanaal vissen, en vele weef*cooperativas* met een specialiteit in botanische natuurlijke verf. Daarnaast is er in 2004 een tour gidsen associatie opgericht; Rupalaj K’istalin, die tours organiseren met de vissers associatie Chajil Ch’upup, langs de koffie *cooperativa* en plantages, muurschilderingen, enkele weef*cooperativas*, en de maisvelden, vogel spot tours, natuur tours, en Maya ceremonies. Zij stellen zich verantwoordelijk voor het behoud en de bescherming van de omliggende omgeving van San Juan la Laguna (Palacio, 2010).

2.3 Atitlán; ecologisch-sociaal-historisch perspectief

Volgens schattingen heeft Guatemala in 2017 2.1 miljoen toeristen verwelkomt; een stijging van 11% sinds 2016⁷, waarvan het meer van Atitlán één van de belangrijkste toeristische plekken in Guatemala is. Het “kratermeer” Atitlán wordt in de literatuur (Atwood 1933; Loucky 1978), maar ook door reisgidsen zoals *Loneky Planet*⁸, veelal omschreven als een spectaculair, beeldschoon en belangrijk meer.

Decennialange vervuiling heeft het ecosysteem van het meer echter verwoest. Afvloeiingen van pesticiden en chemische meststoffen voor de agricultuur en tilapia (vis)boerderijen, stromen jaarlijks de wateren van het ‘kratermeer’ in.⁹ De hoofdoorzaak van de vervuiling is echter het onbewerkte riool- en afvalwater, van de ruim 400.000 inwoners rondom het meer, dat dagelijks het meer invloeit¹⁰. De cyanobacterie in 2008, 2009 en 2010, maakte de vervuiling van het meer voor het eerst zichtbaar, waardoor de zorgen over het toerisme, het drinkwater, de bedreiging van het ecosysteem en groei van vissen en andere organismen steeds groter werd (Rejmánková et. al 2011; Chandra et. al 2013). Problemen omtrent het meer treden steeds verder op met de stijgende vervuiling van het water; iets dat niet alleen invloed heeft op de flora en fauna van het meer, maar ook op de gemeenschappen rondom het meer (Rejmánková et. al 2011). Ondanks dat de vervuiling van het meer wordt onderzocht en organisaties vechten voor het redden van het meer¹¹, bestaat er echter een groot gat in onderzoek naar de *impact* en beleving van de vervuiling op de gemeenschappen, en belangrijker nog; naar de vissers diens werk afhankelijk is van het meer.

In de jaren vijftig werd de *lobina negra* [een forelbaars] geïntroduceerd in Atitlán voor grotere visvangst en voor het vissport toerisme (Loucky 1978). De introductie van de *lobina* heeft geleid tot het uitsterven van vele inheemse vissoorten (Loucky 1978; Petrich 1999); een drastisch gevolg voor het meer en de gemeenschap. Voornamelijk de *pescaditos* [kleine vissen] die aan de oevers zwommen verdwenen binnen tien jaar na de toevoeging van de *lobina negra* (Petrich 1999, 93). Met de uitroeiing van alle *pescaditos* langs de oevers, kwam ook een einde aan het ‘traditionele vissen’ langs de oevers met fuiken, flessen, rieten manden, zelfgemaakte schepnetten en vegetatie zoals avocados of tortillas als aas (Loucky 1978, Petrich 1999). Het waren de vrouwen die visten op de

⁷ https://en.centralamericadata.com/en/tsearch?q=Statistics+tourism&q1=mattersInCountry_en_le%3A%22Guatemala%22&q2=tags_en_le%3A%22Statistics+tourism%22, laatst bezocht op 12-6-2018

⁸ “Lago de Atitlán”, <https://www.lonelyplanet.com/guatemala/the-highlands-lago-de-atitlan>, laatst bezocht op 12-6-2018

⁹ ‘Let’s take action to safe lake Atitlán’, <http://savelakeatitlan.com>, laatst bezocht op 12-06-2018

¹⁰ <https://www.amigosatitlan.org/en/scientific-investigation>, laatst bezocht op 12-06-2018

¹¹ Save Atitlán, Amigos del Lago

pescafitos aan de oevers met deze technieken; vaak gecombineerd met het wassen van bijvoorbeeld kleding (Loucky 1978, Petrich 1999). De mannen visten af en toe vanaf de kant met een hengel of hielpen de vrouwen, maar het vissen was geen beroep voor mannen, die voornamelijk in de agricultuur werkten (Loucky 1978; Petrich 1999, 94). Petrich beschrijft hoe het jaar 1933 een hoge waterstijging van het water kende, waardoor het vissen aan de oevers steeds moeilijker werd voor de vrouwen. Het verdwijnen van alle *pescafitos* aan de oevers leidde ertoe dat er niet meer gevestigd kon worden met de ‘traditionele technieken’, waarmee een eind kwam aan de vrouwen die visten, en hun technieken, en een begin kwam aan de mannen die met lijn en haak in de *cayucos* [houten kayak] het water op gingen (Loucky 1978) De *cayucos* fungeerde voorheen voornamelijk als vervoermiddel, maar door de ecologische veranderingen worden de *cayucos* nu gebruikt in de visserij (Petrich 1999, 94).

2.4 Weefcultuur in Guatemala

Archeologische bevindingen laten zien dat het artisanale weven met het weefinstrument de *telar de cintura*¹² teruggaat naar pre-koloniale tijden (Halperin 2008). Het weven met de *telar de cintura* wordt gezien als een activiteit die inheemse vrouwen van Guatemala linkt met pre-koloniale voorouders en als symbolisch voor het huishouden van Maya vrouwen (Fischer en Hendrickson 2003, 118). Waar vrouwen vroeger over het algemeen maar weinig tot helemaal niet naar school gingen, verzekerde het kunnen weven met de *telar de cintura*, de vrouwen van kleding voor haar gezin en een klein inkomen door weefwerk te verkopen (Fischer en Hendrickson 2003, 118). Het weven was goed te combineren met de huishoudelijke taken die meestal onder de verantwoordelijkheid van vrouwen viel, omdat het thuis tussen deze taken door kon worden gedaan (Fischer en Hendrickson 2003, 118). Met de opkomst van toerisme, dat zoals eerder al beschreven gecentreerd werd om Guatemala’s ‘inheemse Mayacultuur’, werd het handgeweven werk en de achterliggende techniek actief ingezet voor de toeristenindustrie en gepromoot door de overheid en verschillende NGO’s. Vrouwen organiseerde zich in de hoop economisch te kunnen profiteren van het toerisme en tegelijkertijd door te kunnen gaan met het traditionele weven (Fischer en Hendrickson 2003, 120). Tegenwoordig heeft het handweefwerk een aanzienlijke positie in de Guatemalteekse samenleving, door de prominente aanwezigheid ervan in de kleding van Maya vrouwen, de producten voor de toeristenindustrie, in promotie acties voor het toerisme, en Maya rituelen (Little

¹² De *telar de cintura* is een weefinstrument waarbij het weefwerk tussen vaak een balk aan het plafond en een ceintuur om de heupen van de weefster staat gespannen, en een aantal stokken worden gebruikt om te weven, zie bijlage 1.

2008). Dit heeft geleid tot een toenemende concurrentie tussen verschillende textiel wevers wat leidde tot verlaagde prijzen, en verlaagde kwaliteit (Modesto en Niessen 2005). Om de concurrentie aan te gaan, en een weefhandwerk dat door commodificatie een hoofdzakelijk economische waarde heeft gekregen (Cohen 1988) als waardevol en 'echt' te presenteren, gaat men opzoek naar een manier om 'de authenticiteit' van het product onbetwistbaar te maken en te claimen (Van der Port 2004). Dit heeft in onder andere San Juan la Laguna geleid tot dat de weefvrouwen de concurrentie aan zijn gegaan door juist hoge kwaliteits textielen te presenteren, waar het gebruik van natuurlijke kleurstoffen mee wordt geassocieerd (Modesto en Niessen 2005).

HOOFDSTUK 3

TURISMO COMUNITARIO EN DE ARTISANALES

CBT kan worden gevat in drie domeinen, cultureel, economisch en ecologisch, waarin het toerisme bijdraagt aan het behoud hiervan (Stronza 2001, Salazar 2012). In dit hoofdstuk beschrijven wij aan de hand van deze drie domeinen hoe de weefvrouwen en vissers zich, op hun eigen manier, met hun artisanale ambacht positioneren binnen *turismo comunitario* in San Juan. Daarnaast maken wij duidelijk hoe deze artesanales onderdeel zijn van *turismo comunitario* en welke percepties op *turismo comunitario* heersen. In het vorige hoofdstuk is het ontstaan en werking van *turismo comunitario* in San Juan la Laguna aan de hand van Devine (2016) al uitgelegd. Daarom zullen wij in dit hoofdstuk de artesanales van de weefvrouwen in de *cooperativas* en de vissers in de associatie binnen dit *turismo comunitario* te plaatsen.

3.1 De vissers van Chajil Ch'upup; Percepties op en positionering binnen *turismo comunitario*

Door Yanise Zijlstra

In tegenstelling tot de vele aantallen weef*cooperativas*, bestaat er slechts één associatie voor de vissers in San Juan. Zesentwintig vissers, waarvan tien inactief vanwege werkzaamheden elders, verenigen zich onder de naam: Chajil Ch'upup.¹³ Associatie Chajil Ch'upup vertaalt vanuit het Tz'utujil naar de beschermers van het *tul*: een inheemse plant in het meer van Atitlán, dat het meer zuivert, een broedplaats is voor vogels, zuurstof aan het water toevoegt en *aguas negras* en vuilnis tegenhoudt.¹⁴ De oprichting van de associatie staat in relatie met de verwoesting van het *tul* tijdens twee grote tropische stormen: Stan in 2005 en Aghata 2010. Naast de ramp, veroorzaakt door Stan in 2005 en de vele doden die rondom de dorpen van Atitlán vielen¹⁵, werd ook een groot deel van het *tul*

¹³ Felipe president Chajil Ch'upup; open interview; 27-02-2018

¹⁴ **Flyer Chajil Ch'upup, zie bijlage 1**

¹⁵ Kedron, Thomas. 'Hurricane Stan and social suffering in Guatemala', winter 2007. Geraadpleegd 07-06-2018. Beschikbaar via <https://revista.drclas.harvard.edu/book/hurricane-stan-and-social-suffering-guatemala>



Figuur 1: Muurschildering in San Juan la Laguna ‘Pescadores artesanal y cuidadores del tul’, door Gilberto Yojcom. Foto genomen door Yanise Zijlstra, 12-03-2018

weggevaagd door de harde winden en het snel stijgende water¹⁶. Niet veel later werd Chajil Ch’upup in leven geroepen en verenigden de vissers van San Juan la Laguna zich in deze associatie met als gemeenschappelijk doel en taak: de bescherming van het meer, het milieu en het *tul*, door *tul* te planten en het meer en haar oevers maandelijks op te ruimen¹⁷, zoals is afgebeeld op de muurschildering in fragment één. Door het legaliseren van de associatie in 2005, met hulp van *Fundación Solar*, kon Chajil Ch’upup legaal hulp en donaties ontvangen en verkregen zij officieel de taak van “de beschermers van het *tul*”.¹⁸ In hoofdstuk vier en vijf zal dieper worden ingegaan op de manier waarop de vissers met artisanale technieken het meer beschermen en wat dit betekent voor de constructie van identiteit en authenticiteit.

Binnen het *turismo comunitario* biedt Chajil Ch’upup drie tours aan: een demonstratie van het planten van *tul*, waarin een visser uitlegt hoe er het *tul* wordt geplant, een *paseo* [boottocht] in de wateren van San Juan en een artisanale vistour¹⁹. Tijdens een artisanale vistours, krijgt de toerist behalve een demonstratie van het artisanale vissen ook de gelegenheid om de artisanale vistechniek

¹⁶ Calhoun, Sara. ‘Chajil Ch’upup: Modern Guardians of a Life-Giving Plant,’ 16 april 2013. Geraadpleegd 07-06-2018. Beschikbaar via <https://blog.nationalgeographic.org/2013/04/16/chajil-chupup-modern-guardians-of-a-life-giving-plant/>

¹⁷ Interview, Felipe, 12-04-2018

¹⁸ Interview, Julian, 03-04-2018

¹⁹ Interview, Felipe, 12-04-2012; Flyer Chajil Ch’upup, zie bijlage 1

te leren en uit te voeren: het lijn- en haakvissen. In hoofdstuk vier wordt dieper ingegaan op deze artisanale techniek in relatie tot het creëren van authenticiteit en het beschermen van het meer.

3.1.1 Ecologisch Domein

‘Ik beeld mij in dat niemand naar het meer zou komen, als niemand ons werk zou doen. Het meer zou een afvalbelt zijn, want al het afval van alle dorpen verzamelt zich hier’.²⁰

Als associatie met de doelstelling: het beschermen van het meer door *tul* te planten, positioneren de vissers van Chajil Ch’upup zichzelf binnen het ecologische domein van *turismo comunitario* (Salazar 2011; Stronza 2001), waarin het bijdraagt aan ecologisch behoud van het dorp en het meer. Door het meer te beschermen en schoon te maken, dragen de vissers in hun visie bij aan de gemeenschap en doen zij iets goed voor de gemeenschap.²¹ Met de demonstraties van *tul-planting tours* ‘onderwijzen’ de vissers de toeristen over het belang van het *tul* voor het meer en voor de omliggende dorpen²². Tevens onderwijzen de vissers de kinderen in de scholen door les te geven over de vervuiling van Atitlán en het belang van het *tul*.²³ De bovenstaande quote uit de korte documentaire Chajil Ch’upup (2012) belicht op welke manier Juan, een visser van Chajil Ch’upup, de associatie een belangrijke rol toeschrijft in het onderhouden van toerisme; zonder de schoonmaakacties van Chajil Ch’upup zouden toeristen niet naar dit mooie meer komen.

De *turismo comunitario* associatie in San Juan, Rupalaj K’ristallin, heeft ook een ecologische doelstelling, waarin zij schoonmaakacties organiseren binnen het dorp en bomen plant in de bergen.²⁴ Julián, een visser van Chajil Ch’upup die bij de oprichting van Rupalaj K’ristallin betrokken was, noemt dit echter een compromis die Rupalaj K’ristallin maakt om zichzelf nog *turismo comunitario* te kunnen noemen: “Zij maken het meer niet schoon uit liefde maar uit economisch gewin en de promotie die zij hierbij krijgen”²⁵. “Het [Rupalaj K’ristallin] is een bedrijf. Het is hun doel om geld te verdienen. Er is veel werk voor hen en veel geld. Maar wat doen zij voor het dorp? [...] Ik begrijp niet dat zij zichzelf *turismo comunitario* noemen [...] wat willen zij bereiken en hoe willen zij de toeristen bewust maken?”²⁶ In de beleving van Julián worden de schoonmaakacties van Chajil Ch’upup uit andere motieven georganiseerd dan Rupalaj K’ristallin.

²⁰ Juan, visser Chajil Ch’upup, Jennifer Robins, ‘Chajil Ch’upup’, korte documentaire, 15-06-2012

²¹ Interview, Julian, 27-03-2018; Fieldnotes, 28-02-2018; Fieldnotes, 09-03-2018

²² Flyer Chajil Ch’upup, zie bijlage 1

²³ Fieldnotes, 07-03-2018; Interview, Felipe, 12-04-2018

²⁴ Fieldnotes, 01-03-2018; Interview, Rupalaj K’ristallin, 16-04-2018

²⁵ Fieldnotes, 07-03-2018

²⁶ Interview, Julian, 27-03-2018

In zijn beleving profiteert alleen Rupalaj K'ristallin van het toerisme dat San Juan genereert en delen zij dit niet met de rest van de gemeenschap, terwijl het meer dat wordt onderhouden door Chajil Ch'upup juist het toerisme aantrekt. Ondanks deze perceptie van Julian niet is te generaliseren over alle vissers van Chajil Ch'upup, legt dit wel een belangrijk punt bloot van de positie van Chajil Ch'upup binnen *turismo comunitario* in San Juan: zij profiteren namelijk weinig van dit toerisme, omdat zij weinig toeristen ontvangen²⁷.

3.1.2 Economisch Domein

Bijna iedere *cooperativa* of associatie die een tour aanbiedt of een product verkoopt in het toerisme in San Juan, opereert vanuit een locatie; heeft een winkel, een gebouw of kantoor waar toeristen ontvangen of rondgeleid kunnen worden. Na orkaan Stan in 2005 staat de *oficina* van de vissers van Chajil Ch'upup echter onder water en hebben zij geen plek meer om toeristen te ontvangen of uit te nodigen²⁸. Door deze omstandigheden zijn de vissers in het toerisme compleet afhankelijk van hun tours die worden geboekt bij Rupalaj K'ristallin, maar ook bij een *NGO*²⁹ of *touropoperators* in Panajachel³⁰, die de vistours van Chajil Ch'upup aanbieden. Hiervoor moeten de vissers een commissie afdragen. In een tour die bij Rupalaj wordt geboekt, houdt een visser vijftig procent van 125 Quetzales over: vijftwintig procent gaat naar Rupalaj en de andere vijftwintig procent gaat naar Chajil Ch'upup voor het planten van *tul* of de aanschaf van vuilniszakken³¹. De voorzitter van Chajil Ch'upup, die in contact onderhoudt met toeristenorganisaties, besluit welke visser(s) de tour geeft op basis van een 'eerlijk systeem', waarin iedere visser een keer aan de beurt komt³². Hierdoor profiteren alle vissers van het toerisme. David, een visser die geen meer lid is van Chajil Ch'upup, zei echter dat het niet op basis van eerlijkheid gebeurt en slechts een select groepje vissers de tours geven waardoor anderen niet mee profiteren.³³ Ondanks dat David hierin machtsrelaties binnen de associatie belicht, en daarmee ook binnen *turismo comunitario*, zal ik hier niet verder op ingaan maar erken ik hiermee wel een politieke dimensie binnen Chajil Ch'upup.

²⁷ Interview, Julián, 27-03-2018; Interview, Eduardo, 15-03-2018; Interview, Lucas, 04-04-2018; Interview, Daniel, 09-04-2018

²⁸ Interview, Felipe, 12-04-2018

²⁹ Rising Mind

³⁰ Atitlan tours en Casa Alegre

³¹ Interview, Julián, 27-03-2018

³² Interview, Lorenzo, 28-03-2018; Fieldnotes 28-02-2018

³³ Interview, David, 07-04-2018

Alle vissers uiten dat zij bijna geen tours hebben; iets wat zij om economische redenen wel graag zouden willen.³⁴ De vissers zien het *turismo* voornamelijk als een diversificatiestrategie.³⁵ Felipe, die al sinds zijn twaalfde vist en nu de voorzitter van Chajil Ch'upup is, vertelt: “Sinds een aantal jaar verdwijnen de vissen. Vrienden gingen werk zoeken in andere dorpen om zo geld te verdienen voor hun families. Bij het oprichten van de associatie hebben wij besloten om tours te geven voor toeristen [...] op die manier verdienen wij extra geld”.³⁶ Loucky (1978) benadrukt dat het vissen in San Juan la Laguna altijd een diversificatiestrategie is geweest, waarin mannen werken op het land combineren met werken op het meer. Met de vervuiling en ecologische veranderingen van Atitlán, zoals beschreven in het contextuele hoofdstuk, is het voor de vissers steeds moeilijker om te leven van de visserij. De visvangst varieert dagelijks van niets tot een halve of anderhalve kilo per dag, dat gelijk staat aan dertig Quetzales - ongeveer drie euro³⁷. Daarbij hebben de vissers ook te maken met seizoenen, zowel op het land als op het meer, waardoor de vissers het toerisme ook als diversificatiestrategie gebruiken.³⁸ Hierin dragen de tours bij als extra bron van inkomsten in het onderhouden van de families, zoals Eduardo, een jonge visser van zevenentwintig jaar, uitlegt³⁹.

3.1.3 ‘Cultureel’ domein

*‘Artisanale vistour. Ga met ons mee in onze dagelijkse activiteiten om te leren over oude Maya vistechnieken door mee te varen in onze traditionele kano's’.*⁴⁰

Dit fragment uit de flyer van Chajil Ch'upup belicht hoe het artisanaal vissen wordt geplaatst binnen een cultureel aspect van *turismo comunitario* doordat een culturele, inheemse identiteit zich manifesteert in de artisanale (Stronza 2001). Hier zal dieper op in worden gegaan in hoofdstuk vier, waarin belicht wordt op welke manier vissers (culturele) identiteit construeren. Het is belangrijk om op te merken dat deze flyer niet door de vissers zelf is gemaakt en in geen enkele hotel, restaurant of winkel lag. Pas tegen het einde van mijn veldwerk kreeg ik de flyer onder ogen te zien via Simon, een Noord-Amerikaan die een aantal jaar in San Juan woont en onderdeel is van Chajil Ch'upup. Ondanks dat deze flyer niet door de vissers wordt benut, communiceren de vissers wel

³⁴ Interview, Lucas, 04-04-2018; Interview, Julián, 27-03-2018; Interview, Luiz, 02-04-2018, Fieldnotes, 04-09-2018; Fieldnotes 07-03-2018

³⁵ Fieldnotes, 08-03-2018; Interview Eduardo, 15-03-2018;

³⁶ Felipe, open interview, 12-04-2018

³⁷ Jorge, open interview, 15-03-2018; Interview, Felipe, 20-03-2018

³⁸ Fieldnotes 06-03-2018; Interview, Jorge, 05-04-2018; Interview, Luiz, 02-04-2018; Interview, Lucas, 04-04-2018;

³⁹ Interview, Eduardo, 21-03-2018

⁴⁰ Flyer Chajil Ch'upup

dat het artisanaal vissen van generatie op generatie wordt overgedragen⁴¹; het is een traditie en onderdeel van de cultuur en dit is wat de toeristen willen zien volgens Luiz, een visser van Chajil Ch'upup en tevens mijn gastvader⁴². Om deze reden communiceren de vissers onderdeel te zijn van het toerisme; “we maken deel uit van de cultuur en van de ervaring van San Juan”⁴³, zegt Eduardo de jongste visser. Ze maken deel uit van ‘*el lugar donde VIVEN los Tz’utujiles*’. *Turismo comunitario* is een *intercambio* - het uitwisselen van ervaringen en culturen⁴⁴. ‘*No es común*’, zegt Francisco, de eigenaar van café La Cabaña, als ik met Felipe een interview houdt in zijn café. Francisco zegt dat toeristen deze manier van vissen niet kennen, waardoor de ervaring van het vissen volgens de vissers iets is wat toeristen uit binnenland en buitenland alleen hier kunnen ervaren.⁴⁵ Wanneer toeristen Spaans kunnen spreken, praten de vissers tijdens een artisanale vistour ook over de doelstellingen van Chajil Ch'upup, de problematiek van het meer en het belang van het *tul* - waarvan zij de beschermers zijn.⁴⁶ Het leren en informeren van de toeristen over het meer en de vervuiling is volgens Eduardo ook onderdeel van de ervaring van de tour. Daarom bieden de vissers zowel een ecologische als culturele ervaring aan de toeristen.

In de volgende paragraaf zullen de weefvrouwen binnen het *turismo comunitario* worden geplaatst die zich in tegenstelling tot Chajil Ch'upup organiseren op een andere manier binnen het toerisme. Hierbinnen weerklinken economische, ecologisch en culturele aspecten van CBT wederom.

⁴¹ Fieldnotes, 26-03-2018; Fieldnotes, 07-03-2018

⁴² Luiz, informeel gesprek, 27-02-2018

⁴³ Interview, Eduardo, 21-03-2018

⁴⁴ Interview, Eduardo, 21-03-2018; Interview, Luiz, 02-04-2018

⁴⁵ Interview Eduardo, 21-03-2018; Interview, Felipe, 12-04-2018 Fieldnotes, 19-03-2018

⁴⁶ Interview. Samuel, 15-03-2018; Interview Eduardo, 21-03-2018; Interview, Julián, 03-04-2018

3.2 De weefcooperativas van San Juan

Door Betti Lemstra

Het is half tien 's ochtends, de *cooperativa* bestaande uit 34 weefvrouwen heeft zijn deuren net een halfuurtje open. Wanneer je de winkel betreedt komt een overvloed aan heldere kleuren je tegemoet, de winkel hangt vol sjaals, poncho's en tassen. Op de bank die centraal in de winkel staat zit Doña Teodora, over een stapel tejidos gebogen, haar brillette ligt op het puntje van haar neus. Ze is druk in gesprek met Anastacia die zojuist haar tejidos [weefwerken] heeft gebracht; Doña Teodora bestudeert ze op netheid. Ik loop de winkel door waar ik Diana met een groep toeristen achterin tref. Diana geeft de toeristen een demonstratie van het weefproces waarbij zij laat zien dat er zelf draad uit katoen wordt gesponnen, planten worden gebruikt om het draad kleur te geven en met de hand met behulp van het weefinstrument de *telar de cintura*, vervolgens geweven wordt.

Deze momentopname schetst een beeld van hoe een winkel van een van de vele weefcooperativas die San Juan rijk is, er uit ziet. Het weefwerk van ongeveer 15 tot 35 vrouwen wordt hier samengebracht en verkocht aan de toeristen die dagelijks San Juan bezoeken. De cooperativas worden bestuurd door een gekozen directie die bestaat uit een presidente, vice-presidente, secretaris en penningmeester⁴⁷. Taken van de directie omvatten het bouwen aan een netwerk van gidsen, exporteurs en inkopers, de personeelsbezetting van de winkel, en het bijhouden van welke producten, kleuren en designs goed verkocht worden zodat daarop kan worden ingespeeld. De rest van de vrouwen zijn *asocios* [leden] die thuis weven voor de cooperativa. Een belangrijk punt dat herhaaldelijk benadrukt wordt door de vrouwen is dat een cooperativa geen eigenaar kent en de vrouwen dus niet in dienst zijn, maar allen gelijk zijn en gezamenlijk de cooperativa bezitten⁴⁸. Beslissingen worden genomen door middel van stemmingen en elke maand zijn er vergaderingen⁴⁹. De cooperativa als onderdeel van CBT is op deze manier een organisatievorm waarbij de controle bij de leden van de gemeenschap ligt (Salazar 2012).

Zojuist is kort uitgelegd wat de organisatievorm van een cooperativa is, nu wordt de manier waarop de cooperativa zich positioneert binnen het *turismo comunitario* toegelicht aan de hand van verschillende domeinen van CBT. Ten slotte wordt er nog kort aandacht besteed aan frictie tussen de vele cooperativas.

⁴⁷ Interview Mariana 29/03/2018

⁴⁸ Veldwerknooties 26/02/2018

⁴⁹ Veldwerknooties 26/02/2018

3.2.1 Cultureel domein

“We blijven weven om onze cultuur te behouden, we geven onze kunst door aan volgende generaties. Daarom zijn we een *cooperativa* begonnen; om onze cultuur levend te houden en te delen.⁵⁰”, vertelt Diana nadat ze net een groep toeristen heeft uitgezwaaid aan wie zij een demonstratie van het weefproces heeft gegeven in de *cooperativa*. “De visie is dat de hele wereld deze kunst zal leren kennen, zal kunnen begrijpen hoe moeilijk het proces is, het zal kunnen waarderen, en zal kunnen bijdragen aan het verbeteren van de economie van de vrouwen in San Juan.”⁵¹, vult Mariana aan, die bezig is met de winkel weer op orde te maken na het bezoek van de groep. Binnen CBT zetten de vrouwen middels de *cooperativa* hun artisanale ambacht in als toeristenactiviteit waar geld aan wordt verdiend. Dit geld gaat direct naar de vrouw zodat zij haar gezin economisch kan steunen. Zo wordt er een duurzame vorm van toerisme gevormd waarbij het bezoek van de toerist en zijn aanraking met de lokale cultuur bijdraagt aan het behoud hiervan en tegelijkertijd economische vooruitgang brengt (Stronza 2001, Salazar 2012). De vrouwen voelen de noodzaak om een manier te construeren waarin de cultuur behouden blijft omdat de jeugd er steeds minder geïnteresseerd in lijkt te zijn. “De cultuur wordt niet meer behouden. Daarom behoudt deze *cooperativa* het nog wel. Want er zijn veel jongeren die geen Tz’utujil spreken, ze verkiezen het Spaans. Er zijn veel jongeren die geen *traje típico*⁵² gebruiken, maar jeans kopen, een broek of wat het mag zijn, maar ze gebruiken geen *traje típico*. Maar dat is niet onze cultuur. Daarom geeft deze *cooperativa* voorkeur aan alles met de hand maken, om onze cultuur nog te behouden”⁵³, zegt de 19-jarige Julia die dagelijks gekleed in *traje típico* in de *cooperativa* staat.

3.2.2 Economisch domein

Voorwaarde van CBT is dus dat het lokale toerisme economische vooruitgang van de gemeenschap biedt. Dit sluit aan bij dat zij vertellen dat, variërend per *cooperativa*, er doorgaans 75 tot 85 procent van de prijs van een product direct naar de maakster gaat⁵⁴. Het sluit ook aan bij het doel dat door de gesproken vrouwen gesteld wordt, en Doña Teodora, oprichtster van een van de langst bestaande en grootste *cooperativas* van San Juan, als volgt verwoordt: “De *cooperativa* is opgericht met het doel mijn gemeenschap te steunen. Om de mensen die werken te steunen, zodat ze hun

⁵⁰ Veldwerknootities 26/03/2018

⁵¹ Interview Mariana 29/03/2018

⁵² Hiermee wordt verwezen naar de inheemse Maya klederdracht voor vrouwen. Deze wordt in hoofdstuk vier uitgebreider besproken.

⁵³ Interview Julia 04/04/2018

⁵⁴ Algemene observatie

kinderen kunnen opvoeden, zodat ze hun kinderen scholing kunnen geven. Ik ben bijvoorbeeld niet naar school geweest en ik wil niet dat hen dat ook overkomt.”⁵⁵ Haar kleindochter, Julia die al sinds haar vijftiende naast haar school werkzaam is binnen de *cooperativa*, vult daarop aan: “Een *cooperativa* is een groep waar men instaat voor een gedeeld doel. Het is een vereniging van vrouwen om vooruit te komen en de kwaliteit van leven te verbeteren.”⁵⁶ Middels de *cooperativa* zetten groepen weefvrouwen het artisanale weven, dat ze op jonge leeftijd van hun moeders hebben geleerd, in om geld te verdienen aan de toeristenindustrie. “Vroeger werd alle kunst alleen maar gemaakt voor het eigen gebruik in huis, nu maakt men de kunst om een familieinkomen te genereren. Ik vind dit heel goed, en ben blij verrast omdat wij zelf onze economie genereren.”⁵⁷ Met de *cooperativa* als onderdeel van CBT genereren de vrouwen werk en een inkomen voor zichzelf om hun families te onderhouden en kinderen naar school te sturen, en zo kan het bijdragen aan de ontwikkeling van de gemeenschap, het uitgangspunt van CBT is (Salazar 2012).

3.2.3 Ecologisch domein

Zoals in het vignet beschreven wordt in sommige *cooperativas* gedemonstreerd hoe katoen wordt gesponnen en draad wordt gekleurd met kleurstof onttrokken uit planten. Binnen het toerisme in de omgeving onderscheiden de *cooperativas* in San Juan zich door het gebruik van deze *tintes naturales*⁵⁸ en de *malacate* om katoen te spinnen. In de folder van een van de cooperativas wordt hierover geschreven, “We maken alle producten van 100% organisch katoen, dat in de lokale bergen groeit. We gebruiken een erg oude techniek om het draad uit het katoen te maken. We gebruiken daarnaast alleen natuurlijke kleurstoffen in plaats van chemische, om te helpen met het behoud van het milieu.”⁵⁹ Het behouden van het milieu is belangrijk want “We moeten er altijd aan denken om voorzichtig te zijn [met de aarde], want het is het erfgoed van onze kinderen”,⁶⁰ vertelt Julia over het gebruik van *tintes naturales* en organisch katoen. Op deze manier kennen de weefvrouwen binnen de *cooperativa* zich een beschermende en bewuste rol toe in relatie tot de natuur, gericht op het behoud van de lokale natuur en om deze zo min mogelijk schade toe te brengen met hun productieprocessen en plaatsen zij zich in het ecologisch domein van CBT (Salazar 2012). Echter is de voornaamste reden voor het gebruik van deze materialen dat de

⁵⁵ Interview Doña Teodora 03/04/2018

⁵⁶ Interview Julia 04/04/2018

⁵⁷ Interview Mariana 29/03/2018

⁵⁸ Natuurlijke kleurstoffen onttrokken uit planten die worden gebruikt om het katoen mee te kleuren.

⁵⁹ Folder cooperativa Casa Flor Ixcaco, San Juan, april 2018

⁶⁰ Interview Julia 04/04/2018

voorouders het ook zouden hebben gedaan, en daarom, in het kader van culturele identiteit, behouden getracht te blijven⁶¹.

3.2.4 Fricities

Onder de vele cooperativas in San Juan is er een verschil in capaciteit en vermogen te observeren. Een deel van de *cooperativas* heeft de capaciteiten om toeristen te ontvangen in de *cooperativa* en een demonstratie te geven van het proces dat voorafgaat aan de producten die zij verkopen. Daarnaast hebben deze ‘grote’ *cooperativas* een netwerk van gidsen waarmee zij samenwerken, waardoor zij met regelmaat groepen toeristen ontvangen die door hun gids naar die specifieke *cooperativa* wordt gebracht. Felicia die 5 jaar geleden een groepje vrouwen bij elkaar heeft gezocht om een eigen *cooperativa* op te richten vertelt: “Het slechte is dat wij niet de mogelijkheid hebben te laten zien hoe het draad wordt geverfd, en hoe de kleuren worden onttrokken. Wij hebben niet de mogelijkheid om dit aan de toeristen te leren en daarom komen er niet veel om hier te kopen hier. Heb je [naam grote *cooperativa*] gezien? Zij geven een tour, zij leren de toeristen hoe het draad wordt gespannen, het design wordt gemaakt en er wordt geweven. Alleen door het zien van het werk kopen de toeristen hun producten.”⁶² Het geven van een demonstratie wordt als belangrijke strategie gezien⁶³ om producten te verkopen blijkt uit Felicia’s woorden. De ‘kleine’ *cooperativas* beschikken echter vaak niet over de ruimte om toeristen te ontvangen. Daarnaast hebben zij niet de capaciteit om demonstraties van het gehele proces te geven, maar slechts van het weven. Dit hangt soms samen met het gebrek aan ruimte, maar kan ook samenhangen met een gebrek aan kennis van bepaalde technieken⁶⁴. Er is dus een verdeling op te merken tussen grote en kleine cooperativas op het gebied van capaciteiten. Binnen CBT kan niet worden uitgegaan van een homogene gemeenschap, maar moet er rekening worden gehouden met verdeeldheid binnen de gemeenschap in relatie tot CBT (Salazar 2012, Blackstock 2005).

⁶¹ Interview Julia 04/04/2018

⁶² Interview Felicia 26/03/2018

⁶³ In hoofdstuk vijf zal hier in het kader van authenticatie verder op in worden gegaan.

⁶⁴ Interview Felicia 26/03/2018

3.3 Conclusie

In dit hoofdstuk hebben wij laten zien hoe de weefvrouwen en de vissers zich binnen drie domeinen van CBT: cultureel, economisch en ecologisch (Stronza 2001, Salazar 2012), positioneren. De grootste verschillen tussen de weef*cooperativas* en de vissersassociatie, zijn de schaal, het contact met de toeristen en de doelstellingen. Als enige associatie is Chajil Ch'upup met een duidelijk ecologisch doel opgericht, namelijk het behoud van de natuur en het meer voor de gemeenschap. Hiermee positioneren zij zich ook duidelijk binnen het *turismo comunitario*. Zij plaatsen het artisanale vissen binnen het culturele domein voornamelijk voor de tours, dat geld oplevert voor de vissers en de associatie, deze worden echter bijna nooit geboekt. De weefvrouwen, die zijn georganiseerd in meer dan 25 *cooperativas*, zetten ook hun artisanale ambacht en product in voor het toerisme om zich te voorzien van een gezinsinkomen, waardoor zij zich voornamelijk positioneren in het economisch domein. Doordat een belangrijk doel voor de *cooperativas* het behoud van het artisanale weefproces is, dat wordt gezien als onderdeel van de lokale cultuur, positioneren de vrouwen zich in het culturele domein. Met het gebruik van organisch katoen en natuurlijke kleurstoffen positioneren de weefvrouwen zich tevens in het ecologisch domein.

HOOFDSTUK 4

POSITIONEREN EN CREËREN

In dit hoofdstuk belichten wij op welke manier de vissers en de weefvrouwen (culturele) identiteit construeren, in navolging van Stuart Hall (2014) plaatsen wij twee constructies van (culturele) identiteit naast elkaar: een gedeelde voorouderlijke geschiedenis, waarin men zich positioneert binnen de verhalen, mythes, herinneringen en fantasieën; en sociale grenzen die worden gecreëerd in interacties, waarin wordt gezocht naar verschillen tussen ‘wij’ en ‘zij’. In de eerste paragraaf zullen de vissers worden besproken en in de tweede paragraaf de weefvrouwen. Wat blijkt is dat zowel de vissers als de weefvrouwen zichzelf positioneren in de voorouderlijke geschiedenis van San Juan en de Tz’utujiles, maar dit binnen verschillende domeinen en verhalen doen en op basis hiervan verschillende grenzen creëren tussen zichzelf en anderen.

4.1 *Los pescadores* - positionering in de natuur

Door Yanise Zijlstra

“Sinds ik mij kan herinneren was mijn vader een visser. Volgens een verhaal van mijn vader was mijn opa ook een visser. Vanaf hier vertel ik mijn vader dat ik aan het werk ben. Ik doe iets. Misschien verdien ik geen geld met wat ik doe, maar ik doe het met alle liefde”.⁶⁵

Uit dit fragment van Juan, in de korte documentaire ‘Chajil Ch’upup’ (2012) waarin het werk voor het meer en het verhaal van Chajil Ch’upup wordt verteld, zijn twee verhaallijnen te lezen waarin Juan zich positioneert. Namelijk, de voorouderlijke geschiedenis, waarin zijn vader en grootvader ook vissers waren, en de relatie met het meer en de natuur; waarin hij zijn vader vertelt dat ook hij voor het meer zorgt en ‘iets doet’. De vissers plaatsen zichzelf, hun artisanale techniek en hun werk voor het meer, binnen herinneringen en verhalen over de grootouders (Hall 2014): ‘de traditie’ van het vissen en hun respect voor, en contact met, de natuur. Voornamelijk de natuur is een belangrijk element in het construeren van (culturele) identiteit voor de vissers.

In het vorige hoofdstuk is kort besproken dat het artisanale vissen binnen het *turismo comunitario* wordt geplaatst doordat de vissers het communiceren als een traditie en onderdeel van

⁶⁵ Juan, visser Chajil Ch’upup, Jennifer Robins, ‘Chajil Ch’upup’, korte documentaire, 15-06-2012

‘de cultuur’ in San Juan *el lugar donde VIVEN los Tz’utujiles*. Hierin wordt gecommuniceerd dat er ‘generaties van vissers zijn’, waardoor het artisanale vissen als een traditie wordt gezien.⁶⁶ Echter, het vissen was vroeger, zoals in de context is beschreven, voor het introduceren van de *lobina negra* in de jaren 50, een vrouwenberoep met andere technieken en zijn de mannen pas na de toevoeging van de *lobina negra* gaan vissen met de *cayuco*, lijnen en haken (Loucky 1978; Pettrich 1999). Ondanks deze geschiedenis, positioneren de vissers zichzelf binnen een traditie van vissen dat van generatie op generatie wordt doorgegeven, wat kan worden gezien als een *act of imaginative rediscovery* Hall (2014). Hierbinnen construeren de vissers (culturele) collectieve identiteit door zich te positioneren binnen deze herconceptualisatie van de traditie (Weaver 2001; Lee 2006). In deze *imaginative act of rediscovery* wordt echter wel erkend dat de voorouderlijke technieken en tradities ‘anders’ waren dan de manier waarop vissers tegenwoordig vissen⁶⁷. “Ik ben een traditionele visser, want ik heb altijd dezelfde technieken gehad. Ja vroeger was het anders [...] maar dat is een traditie die is verdwenen omdat de tijd is veranderd. Er waren toen meer vissen [...] wij zijn allemaal Tz’utujil, dat zal niet veranderen. Maar de vorm misschien wel”⁶⁸. Hierin laat Luiz zien dat culturele identiteit fluide is en in relatie tot tijd en contextafhankelijkheid continu verandert (Jenkins 2014). Hierbinnen zijn tradities en gebruiken niet statisch en verandert dit met de tijd, en voor de vissers verandert dit voornamelijk door de context en plaats: het meer. Het volgende hoofdstuk belicht de instrumentaliteit van het authenticeren van het artisanale vissen in relatie tot deze *imaginative rediscovery*.

4.1.1 *La naturaleza*

“Necesitamos regresar” [we moeten terugkeren]⁶⁹, zegt Julian als wij samen in zijn *cayuco* op het meer varen om te gaan vissen. Julian doelde hiermee niet op het terugvaren naar de oevers van San Juan, maar hij doelde op het terugkeren naar verleden; terug naar het leven van de voorouders. In dit leven van de voorouders zegt Julian dat er met respect voor de natuur werd geleefd, waarin de grootouders in contact stonden met de natuur⁷⁰. Op dezelfde manier denkt Luiz over de voorouders. “Als we over vroeger praten, dan praten we over respect en discipline⁷¹”, zegt Luiz als wij samen op een stoepje in zijn *patio* zitten. “Onze vaders en grootouders waren heel strikt. Mensen gooiden geen afval op straat bijvoorbeeld [...] er was een discipline die veel invloed had op de

⁶⁶ Fieldnotes; 07-03-2018; Interview, Samuel, 15-03-2019; Fieldnotes 19-03-2018;

⁶⁷ Interview, Julian, 27-03-2018, Interview, Luiz, 02-04-2018; Interview, Eduardo, 21-03-2018; Interview, Felipe, 12-04-2018; Fieldnotes, 29-02-2018; Fieldnotes, 27-03-2018; Interview, Samuel, 21-03-2018; Interview, Jorge, 05-04-2018

⁶⁸ Interview, Luiz, 12-04-2018

⁶⁹ Fieldnotes, 07-03-2018

⁷⁰ Fieldnotes, 07-03-2018

⁷¹ Interview, Luiz, 02-04-2018

natuur”, vervolgt hij. Luiz ziet in de voorouders het respect waarmee zij met de natuur omgingen en hoe zij alles wat de natuur hen gaf conserveerden en nooit verwaarloosden⁷².

Net als Julian en Luiz, uiten veel vissers dat de voorouders respect hadden voor de natuur⁷³, wat voor de vissers een voorbeeld is dat zij, als associatie van beschermers van het *tlul*, naleven. Zo legt Eduardo tijdens een ontmoeting in café Xe Kuku Aabaj’ in San Juan uit: “Het is een traditie voor een visser om voor het meer te zorgen, want het meer rekent op ons. [...] Wij maken het meer schoon en wij ruimen het vuilnis op. Dit hebben de grootouders ook gedaan en wij moeten hierin een voorbeeld zijn. Want zij [de grootouders] zijn ons voorbeeld”.⁷⁴ In het construeren van een culturele identiteit positioneren de vissers zichzelf in een narratief over de grootouders die in contact stonden met de natuur, waar zij voor zorgden, en tevens in een traditie van vissers die altijd voor het meer hebben gezorgd.

Met de vervuiling van Atitlán maakt het drijvende afval en plastic langs de oevers en het gebruik van chemische stoffen voor de agricultuur maar al te pijnlijk duidelijk dat de herinnering van de discipline en het respect voor de natuur in het verleden in het heden minder leeft. Maar als associatie met de doelstelling het meer te behouden en te beschermen plaatsen de vissers zich binnen de verhaallijn van de grootouders en hun respect voor de natuur. Binnen het positioneren van Chajil Ch’upup in een gedeelde geschiedenis van zowel de voorouders die in contact stonden en respect hadden voor de natuur, als de traditie van vissers die voor het meer zorgden, creëren de vissers van Chajil Ch’upup tegelijkertijd sociale grenzen tussen ‘wij’ die dit wel doen en ‘zij’ die dit niet doen.

4.1.2 *Placing identity; sociale grenzen*

“Ken je het spreekwoord: “Ieder hoofd is een wereld”? Jij denkt heel anders dan ik denk. En zo is het met alle mensen. Wij zijn Tz’utujiles, maar we hebben verschillende mentaliteiten en overtuigingen. Er zijn een aantal die zich zorgen maken om de natuur. Zij onderhouden het meer. Wij [Tz’utujiles] zijn het vergeten, en wij hebben ons aangepast hier en het meer voor lief genomen. Nu geven wij niets meer om het meer. Maar wanneer er buitenlanders komen en het meer zien: “Wow, wat een paradijs, prachtig”! Zij bewonderen het, zij houden ervan. Maar de Juanero bewondert het meer niet langer. Zij zijn vergeten dat het meer bestaat. Zij zijn vergeten dat er toerisme is door het meer, dat er economische inkomsten zijn door het meer.”⁷⁵

⁷² Fieldnotes, 19-03-2018

⁷³ Interview, Felipe 12-04-2018; Interview, Samuel, 15-03-2018; Interview, Lucas, 04-04-2018

⁷⁴ Interview, Eduardo, 21-03-2018

⁷⁵ Interview, Julián, 27-03-2018

Het centrale onderwerp in dit fragment van Julián is het meer, op basis waarvan hij duidelijk een onderscheid maakt en sociale grenzen creëert tussen ‘wij’ en ‘zij’ (Hall 2014; Barth 1996; Eriksen 2014). In het stellen van sociale grenzen speelt de positionering van de vissers van Chajil Ch’upup binnen de voorouders die dichtbij de natuur stonden een belangrijke rol en spreekt de naam Chajil Ch’upup, beschermers van het *tul*, met betrekking tot dit fragment boekdelen: als associatie met de doelstelling het meer te beschermen, zijn de vissers ‘wij’ die zich inzetten voor de ecologie van het meer. ‘Wij’ die om het meer geven, ‘wij’ die het meer niet zijn vergeten.

Julián ziet in ‘wij’ zowel de gemeenschap, ‘wij zijn Tz’utujiles’, als het collectief van de vissers, ‘wij die ons zorgen maken om de natuur’. Julián laat zien dat de gemene deler van een culturele identiteit op basis van gedeelde voorouderlijke geschiedenis, “de Tz’utujiles”, niet statisch en bepalend is, maar dat identiteit contextueel, veranderlijk en fluïde is (Jenkins 2014) en wordt geconstrueerd in relatie tot iets of iemand (Eriksen 2014), of in dit geval in relatie tot een *place, the lived experience* van een *space* - het meer (Rodman 1992; Gieryn 2000). Hierin veranderen relaties en interacties tussen de vissers, ‘de beschermers’ die op het meer wonen en werken⁷⁶, en de rest van de dorpingen die volgens de vissers geen bewustzijn hebben van de staat en het belang van het meer⁷⁷. De betekenis van het meer voor de vissers speelt een cruciale rol in het creëren van deze grenzen.

“Wat zou ik moeten doen zonder het meer? Zonder het meer wat ga ik dan doen?”⁷⁸, het is een retorische vraag die Samuel mij stelt als wij samen een kopje koffie drinken na een middag vissen. Het meer betekent veel voor de vissers, niet alleen economisch gezien. Zij werken op het meer, wonen zij op het meer, zij voelen en houden zij van het meer⁷⁹; ze zijn gehecht aan het meer (Gieryn 2000). Dit wordt prachtig verwoord door Juan in de documentaire: “Ik kan niet zeggen dat ik van mijzelf houd of van een ander als ik niet heb waar ik van hou: het meer”⁸⁰, waarin Julin zich zonder het meer niet kan identificeren. Wat is een visser immers zonder het meer?

Door place attachment (Gieryn 2000), aan het meer, is het bedreigde Atitlán voor de vissers een ramp en is de bescherming van dit meer urgent. Maar de vissers communiceren alleen te staan in deze strijd tegen de vervuiling⁸¹, waarin Ricardo zegt: “Wij zijn aan het werken [...] we

⁷⁶ Fieldnotes, 13-03-2018; Interview, Samuel, 15-03-2018; Interview, Eduardo, 21-03-2018

⁷⁷ Interview, Ricardo, 31-03-2018; Interview, Samuel, 15-03-2018; Interview, Julian, 27-03-2018; Interview, Julian, 04-04-2018; Interview, Felipe, 20-03-2018; Fieldnotes, 07-03-2018

⁷⁸ Samuel, semi-gestructureerd interview, 15-03-2018

⁷⁹ Fieldnotes, 09-03-2018; Interview, Eduardo, 21-03-2018; Interview, Samuel, 15-03-2018; Fieldnotes, 08-03-2018; Fieldnotes, 07-03-2018; Interview, Julian, 27-03-2018

⁸⁰ Juan, visser Chajil Ch’upup, Jennifer Robins, ‘Chajil Ch’upup’, korte documentaire, 15-06-2012

⁸¹ Fieldnotes, 14-03-2018; Interview, Julian, 27-03-2018; Interview, Felipe, 12-04-2018; Interview, Ricardo, 31-03-2018; Interview, Eduardo, 21-03-2018; Interview, Daniel, 09-04-2018

verzamelen afval. Maar op vrijwillige basis. Niemand helpt ons. We zijn alleen en doen het vrijwillig.”⁸² De vissers voelen zich niet alleen ondergewaardeerd voor het werk dat zij communiceren vrijwillig te doen, maar zij zien het respect dat de voorouders voor de natuur hadden, en dat zij als Chajil Ch’upup ook hebben, niet terug in de rest van de ‘*Juaneros*’, die het meer niet zouden waarderen en de urgentie van het beschermen van het meer niet zien⁸³. Zo zegt Julián: . Zo zegt Julián: “Vroeger was er respect voor het meer. Nu is er geen respect. Iedereen gebruikt chemische stoffen, ze willen het meer vervuilen. Ze respecteren helemaal niets. Daarom maken zij zich niet druk [...] wij hebben een doel: het meer beschermen en onderhouden.”⁸⁴ De *Juaneros* hebben geen conciencia [bewustzijn]⁸⁵.

Op basis van een positionering binnen een voorouderlijke geschiedenis: voorouders die in contact stonden met de natuur en een traditie van vissers die voor het meer zorgden, stellen de vissers sociale grenzen tussen ‘wij’ de beschermers van het *tul* en ‘zij’- de *Juaneros* die geen *conciencia* hebben. De uitspraak: “Ik heb twee dorpen. Eén buiten het water en één onder het water”⁸⁶, zegt hiermee alles. De vissers hebben twee dorpen, leven in twee werelden, maar scherpen in de bedreiging van het meer, en het gevoel van gebrek aan bewustzijn van hun andere dorpingen, de grenzen tussen de twee dorpen en werelden steeds verder aan.

Niet alleen creëren de vissers sociale grenzen tussen hen en de andere dorpingen, maar ook tussen hen en andere vissers uit dorpen rondom Atitlán, die niets voor het meer doen volgens de vissers⁸⁷. Hierin ligt echter de nadruk sterker op het artisanaal vissen en wordt dit verder belicht in het volgende hoofdstuk. In de volgende paragraaf zal worden besproken hoe ook de weefvrouwen culturele identiteit construeren door middel van *rediscovery of imaginative history* en het stellen van sociaal culturele grenzen waarbij de artisanale ambacht centraal staat.

⁸² Interview, Ricardo 31-03-2018

⁸³ Fieldnotes, 07-03-2018; Fieldnotes, 10-03-2018; Interview, Lorenzo, 28-03-2018; Interview, Lucas, 04-04-2018; Interview, Julián, 04-04-2018; Interview, Julián, 27-03-2018

⁸⁴ Interview, Julián, 27-03-2018

⁸⁵ Interview, Eduardo, 15-03-2018; Interview, Julián, 27-03-2018 en 04-04-2018; Interview, Ricardo, 31-03-2018

⁸⁶ Fieldnotes, 08-03-2018

⁸⁷ Interview, Felipe, 20-03-2018; Interview, Eduardo, 21-03-2018; Fieldnotes, 14-03

4.2 *Las Tejedoras*; weef-identiteit

Door Betti Lemstra



Muurschildering in San Juan, fotograaf: Betti Lemstra 27/03/'18

Bovenstaande afbeelding is een van de muurschilderingen die in San Juan te vinden is over het artisanale weven. De vrouwen op de afbeelding zijn gekleed in *traje típico*. De *traje típico* van San Juan bestaat uit een grote zwarte lap stof, vaak met enkele zilverkleurige lijntjes, die als rok om het middel van de vrouw wordt gewikkeld, dit is de *corte*. De *corte* wordt met een stoffen geborduurde ceintuur, de *faja*, vastgebonden. Op de *corte* dragen de vrouwen een rode *huipil*, dit is een van katoen geweven gewaad. De hals is kleurrijk versierd met borduurwerk in de vorm van blokjes. Dit zijn van links naar rechts geteld zes blokjes, en vierentwintig blokjes in totaal. Deze getallen staan voor de dag van de heilige San Juan, vierentwintig juni. Verder zien we de linker vrouw katoendraad spinnen met de *malacate* [tol]. De andere vrouw is aan het weven met de *telar de cintura*. Dit is een oud weefinstrument dat vaak tussen een balk van het plafond en de heupen van de vrouw wordt gespannen met een ceintuur. Met verschillende maten stokken, *palos*, wordt het katoendraad bewogen, en met de hand weeft de vrouw het streepjespatroon. Tussen de vrouwen zit een klein meisje dat toekijkt hoe de vrouwen bezig zijn met het weefproces, dat van generatie op generatie wordt doorgegeven.

In deze muurschildering zijn een aantal elementen aanwezig die belangrijk zijn gebleken voor de weefvrouwen van San Juan in termen van culturele identiteit. In paragraaf 4.2.1 wordt uitgelegd hoe *traje típico*, en het artisanale weven met de *telar de cintura* door middel van

herinterpretaties van het verleden in de voorouderlijke geschiedenis worden geplaatst op basis waarvan de weefvrouwen culturele identiteit construeren. In paragraaf 4.2.2 wordt ingegaan op hoe culturele identiteit wordt geconstrueerd in relatie tot en interactie met de omgeving buiten San Juan.

4.2.1 Maya voorouders; Interpretatieve herontdekking van een verleden

In San Juan weven veel vrouwen tot op de dag van vandaag met de *telar de cintura*, die al meer dan tweeduizend jaar door Maya weefsters wordt gebruikt (Prechtel and Carlsen 1988:124). Doña Teodora zegt hierover, “We gebruiken de *telar de cintura* want het is onze techniek van onze voorouders. Om te zorgen dat onze cultuur niet verloren gaat, leren wij het aan onze dochters en kleindochters. Want als we stoppen met het gebruik van de *telar de cintura* verliezen we onze cultuur.”⁸⁸ Door de weefvrouwen wordt deze techniek en het instrument als onderdeel van hun cultuur beschreven door het te positioneren in een historisch narratief (Hall 2014) over hun voorouders die zij beschouwen als Maya’s⁸⁹. “De Tz’utujiles zijn onderdeel van de Maya’s want de Maya’s verdeelde zich onder in stammen; Tz’utujiles, Quiches, Kaqchikeles. Dus ik ben Maya Tz’utujil.”⁹⁰, legt Mariana uit en voegt hieraan toe, “Ik ben Maya Tz’utujil omdat ik *traje típico* heb, ik mijn moedertaal spreek [het Tz’utujil], en ik mijn weefkunst heb. Ik uit dit met mijn weefkunst”⁹¹. Mariana identificeert zich als Maya vrouw en omdat Maya vrouwen weefden met de *telar de cintura* is het weven naar haar zeggen onderdeel van haar culturele identiteit. Doña Teodora vult haar dochter aan, “De Tz’utujiles weven omdat het weven heel antiek is. Er kwam een Maya vrouw, Ix Chel, met een idee, zij weefde haar eigen kleding. Dat idee, ik weet niet hoever het terug gaat, maar het is er nog steeds.”⁹² Doña Teodora verwijst naar de Maya kosmologie waarin het Ix Chel, de godin van de maan, het water, het weven en de zwangerschap, was die de eerste vrouw, millennia geleden, leerde weven⁹³. Met het instandhouden van de artisanale weeftechniek en die te plaatsen in een navertelling van een gedeelde voorouderlijke geschiedenis en de Maya kosmologie, construeren de weefvrouwen een culturele identiteit die sterk verbonden wordt met een Maya-zijn, het imaginaire aspect van een dergelijke herontdekking van het verleden moet hierbij niet onderschat worden (Hall 2014).

⁸⁸ Interview Doña Teodora 03/04/2018

⁸⁹ Interview Felicia 26/03/2018

⁹⁰ Interview Mariana 29/03/2018

⁹¹ Interview Mariana 29/03/2018

⁹² Interview Doña Teodora 03/04/2018

⁹³ <https://mayaweavings.com/pages/what-is-backstrap-weaving> bezocht op 21/06/2017

Niet alleen het weven wordt als onderdeel van een lokale cultuur beschouwd door het te positioneren in een gedeelde voorouderlijke geschiedenis, maar ook de *traje típico*. “Ik identificeer mij als een Maya vrouw omdat ik *traje típico* draag”, door middel van haar kleding draagt Mariana een identiteit uit en identificeert zij zich als Maya vrouw. Doña Teodora, is een van de oudere weefvrouwen en oprichtster van de eerste weefcooperativa van San Juan. Uit de gesprekken met haar blijkt dat zij het heel moeilijk vindt ‘haar cultuur’ ‘verloren’ te zien gaan, zoals ze het zelf zegt: “Vroeger in onze cultuur, honderd jaar geleden, droeg de hele gemeenschap *traje típico*. Onze voorouders teelden thuis katoen en spinden dit met de *malacate*, om te gebruiken voor het maken van hun eigen *traje típico*. Nu is onze cultuur heel anders, de vrouwen gebruiken niet alleen meer het rood en het wit zoals in onze *traje típico*.”⁹⁴ Tegenwoordig kleden de vrouwen in San Juan, waaronder ook Doña Teodora, zich niet dagelijks meer in de *traje típico* van San Juan zoals die van de vrouwen in de muurschildering⁹⁵. Er wordt gevarieerd tussen *huipiles* uit verschillende dorpen, *cortes* in verschillende kleuren, handgemaakte en machinaal gemaakte *traje típico* en soms wordt de *huipil* vervangen door een blouse die machinaal wordt gemaakt van een fijnere stof en versierd met kralen⁹⁶. De meeste vrouwen weven hun kleding niet zelf, maar kopen het in winkeltjes waar ze speciaal *cortes*, *huipiles*, en blousen verkopen voor de lokale gemeenschap⁹⁷. Hoewel de vrouwen hun *traje típico* tot grote spijt van Doña Teodora vaak niet zelf meer maken omdat het een tijdrovend proces is, kleden de vrouwen zich nog wel dagelijks in *traje típico*. Zo vertelt de dochter van Doña Teodora: “Ik kleed mij altijd in *traje típico*, vanaf dat ik klein was. Mijn moeder kleedde mij altijd in *traje típico*, en ik had veel *huipiles* want mijn moeder gaf ze door van mijn zussen. Mijn oudste zus kreeg altijd een nieuwe *huipil*, en wij gebruikten de *huipil* als zij hem niet meer paste. Maar toen we tieners waren maakte mijn moeder ze niet meer voor ons want het koste veel geld en tijd. We gebruikten toen meer blousen. Machinaal gefabriceerde stoffen die maar weinig kostten.”

Voor de vrouwen is de *traje típico* nog steeds een belangrijke manier voor het uitdragen van identiteit, ondanks dat de kleding niet meer op dezelfde manier gemaakt wordt als vroeger. Identiteit is constant in beweging (Jenkins 2014), waar culturele identiteit vaak wordt benaderd als iets statisch is ook deze vorm van identiteit een proces onderhevig aan verandering en constant in wording (Hall 2014). Culturele identiteit wordt vaak afgeleid van een interpretatie van een geschiedenis die in het heden wordt uitgedragen, het verleden ondergaat constante transformatie (Hall 2014), met de *traje típico* in zijn huidige vorm identificeren de vrouwen zich als Maya waarmee

⁹⁴ Interview Doña Teodora 03/04/2018

⁹⁵ Algemene observatie

⁹⁶ Veldwerknootities 26/02/2018,

⁹⁷ Interview Julia 04/04/2018

zij de *traje típico* in een voorouderlijke traditie plaatsen, die een passende hedendaagse vorm aanneemt.

4.2.2 Interactie, presentatie en representatie

In de vorige paragraaf is beschreven hoe de weefvrouwen hun dagelijkse kleding en de weeftechniek die zij gebruiken in de voorouderlijke geschiedenis plaatsen die wordt herontdekt en geherinterpreteerd, en zich hierbinnen als Maya vrouw identificeren. Identiteit wordt gevormd in interactie met de maatschappij, met ‘de ander’ en is in constant dialoog met verschillende culturele werelden (Hall en Du Gay 1996). In deze paragraaf zal worden beschreven hoe de weefvrouwen zich met hun weefwerk en materialen positioneren ten opzichte van hun omgeving.

“Tedereen heeft zijn eigen cultuur, zijn vorm van werken, vorm van zijn. Iemand van San Pedro kan iemand van San Juan niet kopiëren. Zij hebben ieder hun cultuur. Jij hebt jouw werk, en ik heb mijn werk. Zo is het altijd geweest. In San Pedro werken ze veel met *fajas*. Ze werken ook met de *telar de cintura*, maar wat ze maken in San Pedro is anders dan in San Juan. San Juan werkt met natuurlijke kleurstoffen, terwijl ze in San Pedro met chemische verf werken”,⁹⁸ vertelt Julia terwijl wij samen de met natuurlijke kleurstoffen geverfde klossen draad op volgorde van kleur ophangen in de demonstratiehoek. Mariana die bij ons komt zitten terwijl zij katoendraad in verschillende *tintes naturales* tot bollen rolt om te verkopen aan toeristen, vult aan: “In San Pedro zijn er meer restaurants, barretjes, zwembaden. Dat is het verschil. San Pablo is ook uniek vanwege zijn kunst, maar zij werken met maguey, een agave. Zij maken dit een beetje hetzelfde als het draad hier en zij maken er hangmatten van of tassen. In andere dorpen weven vrouwen ook, maar ander weefwerk, dat hangt af van de cultuur. Het typische van San Juan is de *tinte natural*.”⁹⁹ Culturele identiteit is in essentie een onderdeel van een relatie of interactie met iets of iemand (Hall en Du Gay 1996). In relatie tot omliggende dorpen identificeren de weefvrouwen San Juan met de producten die zij weven en het gebruik van natuurlijke kleurstoffen omdat zij dit zien als iets wat de andere dorpen niet hebben en San Juan wel heeft. Daarnaast zijn de producten die in San Juan worden gemaakt en de manier waarop, met *tintes naturales* en zelfgesponnen katoen, wat San Juan uniek maakt en de toeristen trekt. “De toeristen komen om het draad te leren spinnen met de *malacate* en de *tintes naturales*, hoe de kleuren worden onttrokken. Daarom bezoeken de toeristen San Juan. San Pedro is anders, daar zijn hotels en gebruiken ze drugs, maar San Juan laat dat niet toe.”¹⁰⁰ Culturele identiteit wordt constant gevormd en getransformeerd in relatie tot de manier

⁹⁸ Interview Julia 04/04/2018

⁹⁹ Interview Mariana 29/03/2018

¹⁰⁰ Interview Felicia 26/03/2018

waarop men gerepresenteerd en gepositioneerd wordt en zichzelf presenteert en positioneert in de culturele systemen die ons omringen, (Hall en Du Gay 1996). Het gebruik van de *tintes naturales* en het spinnen van katoen wordt binnen het toerisme als unieke eigenschap van San Juan en zijn weefvrouwen toegekend, vanwege deze positionering presenteren de weefvrouwen deze gebruiken als onderdeel van ‘hun culturele identiteit’. Het gebruik van *tintes naturales* en het zelf spinnen van katoendraad om mee te weven zijn technieken die door de vrouwen ook binnen voorouderlijke tradities worden geplaatst, maar tegenwoordig nog slechts door enkele *cooperativas* voor het toerisme worden uitgevoerd.¹⁰¹

4.3 Conclusie

In dit hoofdstuk hebben wij aan de hand van Halls onderscheid in positionering binnen verhalen en herinneringen van een gedeelde geschiedenis en het creëren van sociale grenzen, (culturele) identiteitsconstructies van de vissers en weefvrouwen beschreven. Aan de hand van historische verhaallijnen positioneren beide groepen zich in een voorouderlijke geschiedenis: bij de weefvrouwen ligt hierin de nadruk op de *traje típico* en het artisanale weven dat tevens binnen een Maya kosmologie wordt geplaatst; bij de vissers ligt de nadruk op het contact met de natuur en de traditie van vissers om voor het meer te zorgen. Rondom cultureel en ecologisch behoud wordt door de weefvrouwen en de vissers (culturele) identiteit gepositioneerd in verhaallijnen van de grootouders, op basis waarvan zij sociale grenzen stellen om een onderscheid te maken tussen ‘wij’ en ‘zij’. Bij de weefvrouwen worden hierin sociale grenzen gecreëerd op basis van het weven en de materialen; bij de vissers staat het meer centraal en creëren zij sociale grenzen op basis van *place* en de manier waarop zij het meer beleven en beschermen ten opzichte van de rest van de *Juaneros* die dat in hun beleving niet doen. Dit verschil in cultureel en ecologisch behoud weerklinkt ook in de manier waarop narratieven van authenticiteit gecreëerd wordt rondom de artisanales.

¹⁰¹ Interview Felicia 26/03/2018; Interview Maria José 10/04/2018; Interview Doña Teodora 03/04/2018

HOOFDSTUK 5

NARRATIEVEN VAN AUTHENTICITEIT

In het vorige hoofdstuk is beschreven hoe weefvrouwen en vissers (culturele) identiteit construeren. Dit laatste empirische hoofdstuk laat zien welke percepties van authenticiteit op de artisanales worden geconstrueerd door vissers en weefvrouwen. Hierin belichten wij processen van authenticatie (van de Port 2004; Cohen en Cohen 2012), waarin wij narratieven van authenticiteit, die worden gecommuniceerd om authenticiteit te creëren, beschrijven. In het theoretisch kader is gesteld dat authenticiteit drie vragen met zich meebrengt: wat, hoe en waarom? Dit hoofdstuk is wederom opgedeeld in twee paragrafen van vissers en weefvrouwen, waarin wordt beantwoord wat authentiek wordt gemaakt, hoe zij dit authentiek maken en waarom zij dit doen. Wat duidelijk wordt is dat het creëren van narratieven en het claimen van authenticiteit omtrent de artisanales zich verhouden tot de manier waarop de vissers en weefvrouwen hun (culturele) identiteit construeren.

5.1 De beschermers van het meer

Door Yanise Zijlstra

Het meer is stil, slechts een handjevol vissers in *cayucos* drijven op het water in de ochtend vroegte. Er zijn geen golven, er is geen wind, maar er zijn ook geen vissen. “*No hay pescados*”, zegt Lucas na een uur te hebben gevist. Het afgelopen uur hebben Lucas en ik met het lijn- en haakvissen geen enkele vis weten te vangen. Lucas houdt twee nylondraden in zijn handen en beweegt het haakje en de worm, die onderaan het draad vastzitten, heen en weer door regelmatig als een drummer een achtste maat aan te houden. Het *plomo* [klein loden balletje] zorgt voor de zwaartekracht en houdt het haakje in de diepte van het meer. Zonder succes gooit Lucas een aantal keer zijn haakje opnieuw uit in het water door het als een lasso drie keer boven zijn hoofd te slingeren om het vervolgens los te laten. “*No, no hay*”, zegt Lucas en ik zie hoe hij, tegenover mij in zijn kleine houten *cayuco*, het vissersgeduld langzaam verliest.¹⁰²

Het lijn- en haakvissen dat Lucas die ochtend demonstreerde, wordt door de vissers omschreven als het artisanale vissen. Luiz omschrijft dit als een techniek waarin “alles met de handen [is]. Je

¹⁰² Fieldnotes, 13-03-2018

hebt geen hengel hier. Je moet alle benodigdheden zelf maken. Natuurlijk wordt de haak gekocht, maar buiten dat is alles *artesanal*, nietwaar? En het lood, dat maken wij ook ambachtelijk. Het wordt niet in de fabriek gemaakt [...] Ook het contact met de vissen; je moet de beweging voelen wanneer ze happen [...] het lichaam is datgene dat werkt”¹⁰³ Hieruit is te lezen dat het artisanale vissen volgens Luiz, maar ook andere participanten¹⁰⁴, in relatie staat tot de inspanning die de vissers zelf moeten verrichten om te kunnen vissen. Eigenhandig rollen de vissers stukjes lood in bolletjes om die vervolgens, samen met het haakje, zelf vast te knopen aan het draad¹⁰⁵. Eigenhandig zoeken de vissers naar *carñadas* [aas]; wormen en de groene water krekels die zich verschuilen in het *paxte* [groene vegetatie dat in kleine gebieden rond de oevers van het meer groeit]¹⁰⁶. Slechts met draad, een balletje lood, haak en aas wordt er gevist, waarin het proces van vissen, en het contact met de vissen, deze techniek artisaan maakt.¹⁰⁷

5.1.1 Haken, lijnen en netten; het creëren van authenticiteit

Het creëren van authenticiteit brengt impliciet een conceptualisatie van het niet-authentieke met zich mee, waarin men in dichotomieën van het authentieke en niet-authentieke valt (Theodossopoulos 2013). Dit geldt ook bij de vissers van Chajil Ch’upup, die in het construeren van authenticiteit een dichotomie creëren tussen het artisanale lijn- en haakvissen en een andere techniek: het netvissen dat door Chajil Ch’upup in de wateren van San Juan verboden is.

‘San Pablo en San Pedro, zij vissen niet met haken, lijnen, wormen, noch aas. Alleen met netten. Dat is niet artisaan, dat is commercieel. [...] Commercieel is veel groter, het is niet hetzelfde zoals wij doen. Wij, wij moeten zoeken en kijken of er vissen zijn. Als wij vijf of vier pond kunnen vangen is dat veel, vroeger normaal. Maar zij, als zij hun netten uitgooien... Eén persoon gooit drie verschillende netten uit in het meer. Daar, daar zijn ze commercieel. Als zij de vissen ophalen, dan hebben zij heel veel vissen. [...] Hier in San Juan is er maar weinig territorium. Als wij net zoals zij iedere dag met netten zouden vissen, dan zouden we alle vissen hier hebben doodgemaakt’.¹⁰⁸

¹⁰³ Interview, Luiz, 12-04-2018

¹⁰⁴ Interview, Felipe, 12-04-2018; Interview Samuel 15-03-2018; Interview, Julian, 27-03-2018; Interview, Daniel, 09-04-2018

¹⁰⁵ Fieldnotes, 11-03-2018; zie bijlage 3 voor een illustratie van dit proces

¹⁰⁶ Fieldnotes 15-03-2018

¹⁰⁷ Interview, Felipe, 12-04-2018; Interview Samuel 15-03-2018; Interview, Julian, 27-03-2018

¹⁰⁸ Interview, Felipe, 12-04-2018

Ondanks dat Felipe in bovenstaand fragment claimt dat andere dorpen niet lijn- en haakvissen, wordt dit niet door andere vissers beargumenteerd¹⁰⁹, zoals Julián die zegt dat “de meerderheid [andere dorpen] vist een beetje met haken, lijnen en aas. Maar wat niet artisaanaal is, is het gebruiken van grote netten en dat is commercieel en onze grootouders hebben dat nooit gebruikt”. Dit wordt door de andere vissers ook geuit¹¹⁰, waarin Luiz zegt: “er zijn technieken die heel verwoestend zijn [...] de netten, die verwoesten [...] alle vissen worden hiermee gevangen, ook de kleine. Het verwoest.”¹¹¹

Het lijn- en haakvissen is niet uniek voor San Juan, maar authenticiteit van het artisaanaal vissen wordt gecreëerd binnen een narratief van duurzaamheid en exploitatie van het meer. De bedreiging en vervuiling van het meer gaat voor de vissers verder dan alleen de ecologische veranderingen en andere factoren die het meer vervuilen, zoals besproken in de context. Voornamelijk het gebruik van de netten heeft volgens Chajil Ch’upup een groot exploiterend, schadelijk aandeel in de ecologische problemen van Atitlán. Het artisaanaal vissen, een intensief proces waarin alles met de hand wordt gedaan en gemaakt, contrasteren de vissers met het commercieel, snel, exploiterende netvissen, waardoor de vissers impliciet hun artisanale manier van vissen in een duurzaam, ecologisch, maar ook traditioneel - netvissen werd niet door de voorouders gebruikt- licht plaatsen. Later in dit hoofdstuk zal ik op dit traditionele aspect terugkomen.

Een contrast tussen artisaanaal en commercieel duidt tevens op de problematiek van de exploitatie van het meer en de vermindering van vissen. Zoals Felipe in het fragment zegt, vangen de vissers van Chajil met het lijn- en haakvissen veel minder; met slechts twee lijnen wordt er pertinent minder vis gevangen, en daarmee minder geld verdiend dan met netvissen. Het gebruik van netvissen zou daarom voor de vissers, die zich in economische onzekerheid bevinden door de vermindering van vis, veel meer opbrengen. Maar de associatie heeft om ecologische redenen het besluit genomen om deze techniek te verbieden,¹¹² waardoor ecologie boven economie gaat en de artisaanaal boven het niet-artisaanaal.

Met dit narratief over netvissen, exploitatie en duurzaamheid, is het belangrijk om in de authenticering van het artisaanaal vissen de volgende vraag te stellen: Hoe zou Chajil Ch’upup zich beschermers van het *tul*, en daarmee het meer, kunnen noemen als zij verwoestende technieken zouden gebruiken?

¹⁰⁹ Fieldnotes, 08-03-2018; Interview, Samuel, 15-03-2018; Interview, Jorge, 05-04-2018; Interview, Luiz, 02-04-2018

¹¹⁰ Fieldnotes, 06-03-2018; Interview, Jorge, 05-04-2018; Interview, Eduardo, 21-03-2018; Interview, Samuel, 15-03-2018; Interview, Lorenzo, 28-03-2018; Interview, Daniel, 09-04-2018

¹¹¹ Interview, Luiz, 02-04-2018

¹¹² Interview, Ricardo, 06-04-2018; Interview, Felipe, 12-04-2018; Interview, Samuel, 15-03-2018; Interview, Eduardo, 21-03-2018; Interview, Luiz, 02-04-2018, Interview, Lorenzo, 28-03-2018

5.1.2 The Really Real; Artisanaal als voorbeeld

“Wij, alle vissers van San Jun la Laguna, wij zijn een voorbeeld. Een voorbeeld voor het hele meer”¹¹³.

Felipe ziet niet alleen de vissers van Chajil Ch’upup, en hun doel als associatie, als een voorbeeld voor andere dorpen. Alle visser van San Juan la Laguna. Alle vissers van San Juan la Laguna, die het netvissen hebben verboden. Niet alleen wordt er gecommuniceerd dat de vissers de enige zijn die het meer schoonmaken en *tul* planten, een voorbeeld dat andere dorpen ook zouden moeten volgen¹¹⁴, ook communiceren de vissers dat het artisanaal vissen en het verbieden van het niet-artisanaal vissen, de netten, een voorbeeld is dat andere dorpen moeten volgen. Zo zegt Julian: “Santiago, San Pablo, San Pedro zij moeten onze methode ook overnemen en de netten verbieden”¹¹⁵. [...] Als alleen wij gaan schoonmaken, *tul* planten en de netten verbieden gaan we het niet bereiken. Wij hebben de vereniging nodig van San Pablo, San Pedro en alle dorpen nodig die dit initiatief willen omarmen om iets voor het meer te doen.”¹¹⁶ Wat hieruit te lezen is, is dat de andere dorpen zich naar hun voorbeeld moeten schikken, waarin alle vissers, die van het meer houden, niet meer het meer moeten exploiteren met netten, maar net als Chajil Ch’upup zich moeten richten op het behoud hiervan¹¹⁷. Het duurzame artisanale lijn- en haakvissen is hierin de sleutel.

In het narratief van het artisanaal vissen, en de gehele associatie, als voorbeeld voor andere vissers weerklinkt een *register of incontestability* waarmee de vissers een *felt authentic grounding* creëren (van de Port 2005). Wat ik wil voorstellen is een reconstructie van van de Port’s (2005) ‘*really real*’, waarin hij stelt dat in een wereld waar die ene waarheid, ‘*the really real*’ bedreigd wordt, de zoektocht naar het zijn van de waarheid, naar authenticiteit, steeds belangrijker wordt. Voor de vissers geldt deze redenatie ook wanneer de twee hoofdelementen van Van de Port: bedreiging en waarheid, in een andere context op een andere manier kunnen worden geïnterpreteerd. Voor de vissers luidt de *really real* daarom als volgt: in hun wereld, het meer dat bedreigd wordt, zoeken de vissers naar het zijn van de waarheid, naar het zijn van de oplossing voor het beschermen van het meer; naar het zijn van ‘de *really real* artisanale vissers’. Door zichzelf als voorbeeld te zien, geven de vissers zichzelf

¹¹³ Interview, Felipe, 20-03-2018

¹¹⁴ Fieldnotes, 10-03-2018; Interview, Ricardo, 06-04-2018; Interview, Lorenzo, 28-03-2018; Interview, Felipe, 12-04-2018; Interview, Samuel, 15-03-2018; Interview, Daniel, 09-04-2018; Interview, Julian, 27-03-2018

¹¹⁵ Interview, Julian, 27-03-2018

¹¹⁶ Interview, Julian, 04-04-2018

¹¹⁷ Interview, Ricardo, 06-04-2018; Interview, Luiz, 02-04-2018; Interview, Felipe, 12-04-2018; Fieldnotes, 26-02-2018

en hun artisaanaal een unieke rol in een problematisch en bijna verloren zaak, dat zij zelf niet kunnen oplossen, maar samen met de andere dorpen zich hiernaar willen voegen, misschien wel.

Door het construeren van dit narratief over duurzaamheid en exploitatie omtrent de artisaanaal, authenticeren de vissers niet allen hun associatie Chajil Ch'upup 'beschermers van het *tul*'. Ook draagt dit narratief bij aan de positionering binnen een herinnering van de voorouders die voor het meer en natuur zorgden en de netten niet gebruikten. "Wij zijn traditionele vissers, omdat wij de tradities van onze grootouder hebben. We willen deze manier niet veranderen, want wij willen niet dat het meer wordt geëxploiteerd. Wij zijn traditioneel omdat wij onze bronnen willen behouden; wij willen niet dat dit vergaat", zegt Luiz. Door het creëren van een narratief over duurzaamheid en ecologisch behoud omtrent het artisaanaal vissen, op basis van het contrast tussen netvissen en artisaanaal vissen, authenticeren de vissers het artisaanaal vissen als een 'traditionele techniek'; de grootouders gebruikten ook geen netten en zij exploiteerden de natuur niet. Ondanks dat de technieken van de grootouders 'anders' waren dan het artisanale lijn- en haakvissen tegenwoordig, is de duurzaamheid van het artisanale vissen in lijn met het 'traditionele vissen', waardoor zij zich kunnen positionering binnen vermeende verhalen en herinneringen over de grootouders en hun contact met en zorg voor de natuur.

5.2 Authenticatie van het artisanale weven

Door Betti Lemstra

Zoals in het vorige hoofdstuk besproken, wordt het artisanale weven beschouwd als onderdeel van de lokale cultuur door het te plaatsen in een narratief omtrent de voorouderlijke geschiedenis. Het weven, als cultureel gebruik, en de weefsels, als culturele producten, worden verkocht aan de toerist, en zo gecommuniceerd. Wat er geweven wordt, en dus gecommuniceerd wordt, zijn niet de weefsels die de voorouders maakten, en de vrouwen zelf gebruiken, zoals *huipiles*, maar op de toerist gerichte producten, zoals sjaals, kimono's, poncho's en tassen¹¹⁸. Middels het proces van commodificatie krijgen culturele gebruiken in de vorm van diensten en goederen in de eerste plaats een economische waarde, wat af zou doen aan de culturele waarde en 'authenticiteit' (Cole 2007; Cohen 1988; Medina 2003; Olson 2002). Echter uit de gesprekken met vrouwen blijkt dat de economische waarde die de producten hebben, niet af doet aan hun perceptie van authenticiteit ervan omdat ze op artisanale wijze worden gemaakt. Zo zegt Mariana, "Ik houd van weven, ik breng mijn gevoelens over door mijn weefwerk zodat de mensen iets heel natuurlijk, heel

¹¹⁸ Veldwerknootities 06/03/2018

authentiek mee kunnen nemen en ik een inkomen heb.”¹¹⁹ De techniek is belangrijker dan het product. Cultuur en authenticiteit zijn geen statische begrippen, maar gelaagde en complexe constructen (Theodossopoulos 2013). Authenticiteit moet daarom benaderd worden als een proces van iets authentiek maken; authenticatie (Cohen en Cohen 2012), waar de volgende demonstratie, gegeven in de *cooperativas*, voor functioneert.

5.2.1 De demonstratie

Wanneer er zoals in het geval van San Juan en de weefvrouwen zoveel zijn die een artisaan weefproduct verkopen en dit allen presenteren als ‘het authentieke’, en zich dus in een veld bevinden waar *the really real* (Van de Port 2005) moeilijk te vinden is, en waarbij in twijfel moet worden getrokken of deze überhaupt wel bestaat, wordt het belangrijk een manier te vinden om zichzelf neer te zetten als zij die ‘het echte’ verkopen. Een deel van de *cooperativas* in San Juan doet dit door middel van een demonstratie die er als volgt uitziet:

Een groep van tien Franse toeristen begeleid door een gids komt de *cooperativa* binnen. Diana stapt op ze af: “Welkom in Casa Flor”. De groep die nogal overweldigd lijkt door het grote scala aan producten dat hun tegemoetkomt volgt Diana naar de demonstratiehoek. Daar neemt iedereen plaats op houten bankjes. Diana knielt voor hen op de grond neer, achter een grote mand met katoenbollen. “Iedere vrouw heeft een aantal katoenplanten in haar tuin, deze gebruikt zij voor haar weefwerk”, vertelt Diana terwijl ze laat zien hoe de zaadjes met de hand uit de katoenbolletjes worden gehaald. De toeristen luisteren en kijken aandachtig met hun telefoons en camera’s in de hand. “Nu moeten we het katoen platslaan, om de vezels te verbinden, dit duurt ongeveer 40 minuten”, Diana slaat met twee houten stokken op het katoen en grapt dat de vrouwen hier sterk van worden zodat ze de mannen kunnen slaan. Nu kan er een draadje gesponnen worden met de *malacate*. Het duurt een jaar om dit onder de knie te krijgen vertelt Diana, een toerist krijgt de kans het eens te proberen maar breekt het tere draadje meteen. Dan gaat Diana over op het verhaal over de kleuren, er worden alleen natuurlijke producten gebruikt benadrukt ze nog eens. De kleur die ze vandaag gebruikt is een mix van de planten lobelia en munt wat een turquoise kleur afgeeft. De gesneden blaadjes van de planten worden 12u in koud water geweekt. Het touw wordt voor en na het proces in water met bananenstronk gedoopt voor de fixatie van de kleur. Diana laat kartonnetjes rondgaan met plaatjes van de planten, de naam en een stukje gekleurd touw: “Je kan zien dat we zaadjes en bloemen van veel verschillende planten gebruiken, die groeien hier in de bergen.” Ze laat het zojuist geverfde touw rondgaan. Vervolgens gaat ze over op het weven en doet

¹¹⁹ Interview Mariana 29/03/2018

de *telar de cintura* om haar middel. Een van de toeristen onderbreekt haar met de vraag wanneer ze het leren, “Vaak tussen de 10, 12 jaar oud. Het jongste lid van de *cooperativa* is 14 jaar oud”, zegt Diana, “We blijven weven om onze cultuur te behouden, we geven het door van generatie op generatie.” Op het moment weeft ze een sjaal in twee natuurlijke kleuren katoen. “Wanneer je zeven of acht uur per dag werkt, kost het een week om een sjaal te maken.”¹²⁰

Dagelijks bezoeken groepen toeristen onder begeleiding van een gids de *cooperativa* om een zoals hierboven beschreven demonstratie van het artisanale weefproces bij te wonen waarin gedemonstreerd wordt hoe de producten die de *cooperativa* verkoopt, gemaakt worden. Het bijwonen van een dergelijke demonstratie, functioneert als *register of incontestability* (Van der Port 2004) omdat het de toerist het product laat ervaren waarmee een onbetwistbaarheid gecreëerd wordt die meespeelt in de authenticatie van het product.

In bovenstaande momentopname zijn een aantal onderdelen te onderscheiden die een rol spelen in de authenticatie van de gecommuniceerde producten die verkocht worden in de *cooperativa*. Deze onderdelen worden nu los van elkaar gehaald en besproken om te analyseren hoe deze onderdelen worden ingezet in authenticatie.

5.2.2 *Hecho a Mano*

Tijdens de demonstratie noemt Diana constant de duur van een proces, de tijd die het kost om het te leren, en hoe zwaar het is. Ze vertelt zo dat het proces, zwaar, moeilijk en tijdrovend is omdat alles met de hand wordt gedaan. Het proces wordt door de vrouwen zelf van katoenbolletje tot sjaal volledig zelf en met de hand uitgevoerd. Met het kaartje dat aan de producten hangt wordt dit nog eens bevestigd en onbetwistbaar gemaakt. Hierop staat naast de prijs, ook de naam van de vrouw die het product gemaakt zou hebben, de tijd die het haar gekost heeft en de materialen die zijn gebruikt. Op deze manier worden de toerist en de weefster middels het product dichterbij elkaar gebracht, het maakt het weefwerk persoonlijk en verhalend, zoals Mariana beschrijft, “Weven betekent voor mij uitdrukken hoe ik me voel [...] Mooie meisjes van andere continenten dragen mijn weefwerk, een kimono, op een avond uit, met haar vriendje misschien, maar er zit iemand achter die haar een liefdevolle omhelzing geeft door de kimono.”¹²¹ Het benadrukken dat het handgemaakte producten zijn, in tegenstelling tot machinaal geproduceerd, waar een vrouw met een naam achter zit vormt onderdeel van de authenticatie van het product.

¹²⁰ Veldwerknooties 26/03/2018

¹²¹ Interview Mariana 29/03/2018

5.2.3 De Materialen; *tintes naturales*

Tijdens de demonstratie noemt Diana de belangrijkste materialen, het katoen en de *tintes naturales*, die worden gebruikt door de vrouwen. Met het gebruik van het organisch katoen en de *tintes naturales*, wat af wordt gezet tegen chemische kleurstoffen, presenteert de *cooperativa* zich als uniek in de omgeving. “Onze authenticiteit is het katoen, want we gebruiken 100% organisch katoen. [...] De *tintes naturales* zijn ook onderdeel van de authenticiteit, want wij gebruiken *tintes naturales*.”¹²² Onderdeel van het narratief dat wordt geconstrueerd omtrent ‘de authenticiteit’ van de producten is dat de vrouwen zelf geteelde planten en katoen gebruiken, om draad uit te spinnen en dat vervolgens op natuurlijke wijze te kleuren. Dit is echter onderdeel van *staged authenticity* er is een duidelijk verschil op te merken tussen wat er in de *front stage*, de *cooperativa*, gepresenteerd wordt en in de *backstage*, buiten de *cooperativa*, gebeurt (MacCannel 1973). Zo vertelt Maria José, terwijl zij haar kast voor draad laat zien die centraal in de eetkeuken staat: “Dit zijn allemaal chemische kleuren, want dat is wat de vrouw gebruikt. Ik koop het in Xela op de markt.”¹²³ Maria José weeft vooral servetten, en grote dekens voor op bed, producten die vaak met chemisch gekleurd ingekocht draad worden geweven¹²⁴. Volgens Maria José zijn er producten die daadwerkelijk met *tintes naturales* zijn gemaakt, zoals veel sjaals maar lang niet alles. Ook Felicia biecht op, na een aantal weken in haar *cooperativa* te hebben geholpen, dat de meeste producten chemisch gekleurd zijn, de materialen zijn ingekocht en dat sommige producten zelfs helemaal zijn ingekocht en machinaal gemaakt zijn¹²⁵. Het katoen wordt in draadvorm ingekocht, soms is het al gekleurd en soms wordt het zelf nog geverfd. “Vroeger, vroeger was de cultuur hier het spinnen van katoen, maar toen het weven geïndustrialiseerd werd ging dat ten koste van onze cultuur”,¹²⁶ vertelt Doña Teodora. Echter een dergelijk onderscheid tussen een *back-* en *frontstage* moet geïmpliceerd worden omdat ermee geïmpliceerd wordt dat er zich een ‘ware’, ofwel ‘authentieke’, cultuur schuilhoudt in de *backstage* en er in de *frontstage* door middel van *staged authenticity* iets als authentiek wordt gemaakt wat niet overeenkomt met de *backstage*. Een dergelijke benadering is te normatief, een verschil tussen *back-* en *frontstage* sluit authenticiteit niet uit omdat meerdere percepties van authenticiteit parallel kunnen lopen (Theodossoupolos 2013).

¹²² Interview Mariana 29/03/2018

¹²³ Interview María José 10/04/2018

¹²⁴ Interview María José 10/04/2018

¹²⁵ Veldwerknooties 28/02/2018

¹²⁶ Veldwerknooties 19/03/2018, Interview Doña Teodora 03/04/2018

5.2.4 Traditie



Muurschildering San Juan, fotograaf Betti Iemstra 26/02/'18

“We blijven weven om onze cultuur te behouden, we geven het door van generatie op generatie.”¹²⁷ Deze quote van Diana verwoordt wat de muurschildering, die de buitenmuur van de *cooperativa* versiert, verbeeldt. Julia vertelt over de schildering: “Het is een schilderwerk over tradities. Het representeert dat de oude vrouw de traditie doorgeeft aan de jonge vrouw, en zij moet het ook weer doorgeven. Onze cultuur wordt van generatie op generatie doorgegeven.”¹²⁸ De oudere vrouw die met het katoen aan het werk is geeft deze ‘traditionele’ techniek door aan de jonge vrouw die planten in haar hand heeft om mee te verven. Beide vrouwen zijn gekleed in *traje típico* uit San Juan. Maya hiëroglfen versieren de schildering. Er wordt gecommuniceerd dat het telen en spinnen van katoen met de *malacate* het kleuren van katoendraad met lokale planten, en het weven met de *telar de cintura* technieken zijn die al duizenden jaren worden gebruikt door de voorouders van de weefvrouwen, Maya’s, en van generatie op generatie, als traditie, worden doorgegeven¹²⁹ en op basis waarvan culturele identiteit geconstrueerd wordt zoals is besproken in hoofdstuk vier. Het proces achter het product wordt in het geconstrueerde narratief omtrent culturele identiteit op basis van voorouderlijke traditie geplaatst, om het zo te presenteren als iets ‘authentieks’ voor de toerist op zoek naar ‘het authentieke’ (Cohen 1988)

¹²⁷ Veldwerknooties 26/03/2018

¹²⁸ Interview Julia 04/04/2018

¹²⁹ Interview Doña Teodora 03/04/2018; Interview Julia 04/04/2018

5.3 Conclusie

Dit hoofdstuk heeft verschillende narratieven op authenticiteit belicht die door de vissers en weefvrouwen worden geconstrueerd rondom hun artisanales. Zoals is benadrukt in de inleiding van dit hoofdstuk verhouden deze narratieven zich tot de (culturele) identiteit constructies zoals in hoofdstuk vier is beschreven. In het authenticeren van het artisanaal vissen, creëren de vissers een narratief over duurzaamheid dat in relatie staat tot de ecologisch bedreiging van het meer. Hierin klinkt een narratief van het artisanaal vissen als bescherming van het meer en een voorbeeld dat andere vissers moeten overnemen. De weefvrouwen creëren daarentegen een narratief omtrent het artisanale product dat door middel van demonstraties van het proces van weven wordt geauthenticeerd. Zowel de vissers als de weefvrouwen creëren deze narratieven van authenticiteit omtrent de artisanales in relatie tot behoud; het behoud van een meer en het behoud van het proces van weven.

HOOFDSTUK 6

Y AQUÍ ESTAMOS; CONCLUSIE EN DISCUSSIE

Door Betti Lemstra en Yanise Zijlstra

“Identity as a ‘production’, which is never complete, always in process, and always constituted within, not outside, representation [...] problematizes the very authority and authenticity to which the term, ‘cultural identity’, lays claim” (Hall 2014, 35).

Om te eindigen met een conclusie moeten we terug naar het begin. De quote van Hall vat samen hoe wij in deze scriptie twee centrale concepten hebben geproblematiseerd: de constructie van (culturele) identiteit, dat fluïde en contextueel is als analytisch concept (Jenkins 2014; Eriksen 2010; Barth 1996), is desalniettemin intrinsiek verbonden met percepties op en creaties van authenticiteit. Het paradoxale van authenticiteit is dat er wordt gedacht in dichotomieën van ‘het authentieke’ en ‘het niet-authentieke’, terwijl verschillende parallelle, context gebonden percepties van ‘het authentieke’ naast elkaar bestaan. Om deze percepties te authentifieren worden narratieven gecreëerd (van de Port 2004; 2005). Deze paradox van authenticiteit weerklinkt in het creëren van sociale grenzen tussen ‘wij’ en ‘zij’ en positioneringen binnen vermeende gedeelde voorouderlijke geschiedenissen in het construeren van (culturele) identiteit (Barth 1996; Hall en Du Gay 1996; Eriksen 2010).

Voornamelijk binnen studies naar toerisme worden deze twee concepten geproblematiseerd in relatie tot commodificatie (Cohen 1988). Ondanks dat wij in deze scriptie niet de nadruk hebben gelegd op commodificatie, hebben wij binnen een kleine gemeenschap van San Juan la Laguna, waar is besloten de gemeenschap centraal te zetten in het *turismo comunitario* (Devine 2016), het spanningsveld tussen (culturele) identiteit en authenticiteit onderzocht. Door een vergelijkende studie naar weefvrouwen en vissers die met hun artisanales binnen het *turismo comunitario* onderdeel zijn van ‘San Juan el lugar donde VIVEN los Tz’utujiles’, hebben wij onderzocht hoe percepties op authenticiteit van artisanales en (culturele) identiteit worden geconstrueerd door deze twee verschillende groepen.

Bovenstaande vraagstelling beantwoorden wij in dit laatste concluderende hoofdstuk op basis van de empirische gegevens die wij in de voorafgaande hoofdstukken hebben gepresenteerd. De korte conclusies die wij aan het einde van ieder hoofdstuk hebben gemaakt beantwoorden wij uitgebreider in dit hoofdstuk. Tevens zetten wij uit een op welke manier de vissers en de weefvrouwen in percepties op authenticiteit van artisanales en constructies van (culturele) identiteit,

zowel overeenkomsten als verschillen hebben. In de twee opeenvolgende paragrafen formuleren wij naar aanleiding van de hoofdstukken, en daarmee ook deelvragen, een antwoord op de centrale vraag. In de laatste paragraaf sluiten wij dit hoofdstuk af met een discussie, waarin ons onderzoek evalueren en suggesties voor vervolgonderzoek geven.

6.1 Positionering binnen *turismo comunitario*

In hoofdstuk drie is beschreven hoe zowel de vissers als de weefvrouwen zich bewegen binnen een ‘cultureel’, ecologisch en economisch domein van CBT (Salazar 2012; Stronza 2001). Hierbinnen is zowel een overeenkomst als verschil te bekennen tussen beide groepen. Zoals Stronza (2001) beargumenteerd kan CBT en de aanraking van de toerist met lokale natuur en ‘cultuur’ bijdragen aan het behoud hiervan en tegelijkertijd economische vooruitgang brengen. Beide groepen positioneren zichzelf binnen *turismo comunitario* in een discours van dit ‘behoud’.

Voor de vissers van Chajil Ch’upup is dit behoud een ecologisch behoud, dat voortkomt uit de doelstelling van de associatie: het beschermen van het *tul*, het meer en de natuur voor de gemeenschap. Sinds de oprichting na orkaan Stan in 2005, zet Chajil Ch’upup zich in voor deze ecologische doelstelling, waarmee de vissers communiceren een belangrijke bijdrage te leveren aan de gemeenschap. *Tul planting tours*, die Chajil Ch’upup officieel aanbiedt, is voor hen een manier om toeristen bewust te maken van de ecologische problematiek van Atitlán. Binnen deze groep heerst tevens een kritiek jegens *turismo comunitario* organisatie Rupalaj K’ristallin die ook claimt ecologisch toerisme te bedrijven, dat door een aantal vissers, maar zeker niet alle, wordt gezien als ‘promotie’ voor het aantrekken van toerisme. De vissers claimen uit liefde voor het meer en voor de gemeenschap, dat afhankelijk is van toerisme, het meer te onderhouden, terwijl Rupalaj dit slechts doet voor zichzelf en voor geld. In relatie tot toerisme geven de vissers zichzelf een prominente rol door te communiceren dat door hun zorg voor het meer toeristen naar Atitlán blijven komen; zonder hen zal het allemaal een grote vuilnisbelt zijn.

In de oprichting van de *cooperativas* binnen het toerisme, is een belangrijk streven en doel het behoud van de artisanale weefkunst als onderdeel van de lokale cultuur. Hierin positioneren de weefvrouwen zichzelf binnen een cultureel domein van CBT, en schrijven zich een beschermende rol toe met betrekking tot ‘cultuur’. Dit komt voort uit een conceptualisatie van de geschiedenis van het artisanale weven wat al generaties lang door veel vrouwen in San Juan wordt gedaan. Met de komst van het toerisme, en in het bijzonder cultureel toerisme waarin culturele identiteit centraal staat (Stronza 2001), zijn de vrouwen hun artisanale ambacht in gaan zetten als middel om toeristen te trekken en geld te verdienen.

De vissers en de weefvrouwen zien *turismo comunitario* beide in termen van economisch gewin. Door zich te organiseren in *cooperativas*, waarin zij streven naar het behouden van controle over de verkoop van de artisanale producten, voorzien de weef*cooperativas* de vrouwen van een inkomen en brengen zo economische vooruitgang teweeg onder families binnen de gemeenschap. De vissers daarentegen bieden verschillende tours aan, die echter niet veel geboekt worden omdat zij afhankelijk zijn van externe organisaties die hen promoten doordat zij zelf geen *oficina* hebben. Voor de vissers is het geven van tours een diversificatiestrategie, maar met het gebrek aan tours wil dit nog niet echt baten. Waar CBT in de literatuur wordt beschreven als manier om economische vooruitgang binnen de gemeenschap teweeg te brengen (Stronza 2001; Salazar 2012) laten de vissers en weefvrouwen zien dat dit binnen de gemeenschap op verschillende manieren tot uiting komt.

Het 'behoud', ecologisch en 'cultureel', waardoor beide groepen zich positioneren binnen *turismo comunitario*, weerklinkt in de rest van de empirische data over het construeren van (culturele) identiteit en percepties op authenticiteit van de artisaanaal.

6.2 Creëren van en positioneren binnen narratieven

Bouwend op twee interpretaties van (culturele) identiteit constructies van Hall (2014): het positioneren binnen voorouderlijke geschiedenis en het construeren van sociale grenzen, zijn er overeenkomsten en verschillen tussen (culturele) identiteit constructies van weefvrouwen en vissers te identificeren. Zowel de weefvrouwen als de vissers positioneren zich binnen verhalen en narratieven van gedeelde voorouderlijke geschiedenissen, die echter verschillen op basis van het behoud van natuur en 'cultuur'. Hierin wordt duidelijk dat de vissers in het positioneren van hun collectief binnen een bepaalde geschiedenis waarin de natuur centraal staat, impliciet een positionering van 'de ander' buiten deze geschiedenis met zich meebrengt. Op basis hiervan creëren zij sociale grenzen om zichzelf de beschermers van het meer te kunnen blijven noemen.

De weefvrouwen construeren identiteit hoofdzakelijk middels *the act of imaginative rediscovery* van het verleden (Hall 2014:224). Dit verleden is geconstrueerd omtrent veronderstelde Maya voorouders, waarmee de vrouwen zich middels hun weeftechnieken en *traje tipico* identificeren. Het in standhouden van de weeftechniek en het blijven dragen van *traje tipico* wordt door de vrouwen als een manier beschouwd om culturele identiteit te uiten en behouden. Echter blijkt dat met het dragen van de *traje tipico* culturele identiteit in plaats van vast te staan in een statisch verleden, onderhevig is aan constante verandering en beïnvloed wordt door verschillende factoren (Hall 2014). Waar het geconstrueerde narratief vertelt dat de Tz'utujil voorouders uit San Juan slechts de

zelf geweven *traje típico* van San Juan zouden dragen, wordt er tegenwoordig gevarieerd tussen *traje típico* uit verschillende dorpen, gemaakt op verschillende wijze.

De ecologische doelstellingen van Chajil Ch'upup staan in relatie tot de verhalen en herinneringen over de grootouders met betrekking tot de natuur en daarmee de manier waarop zij culturele identiteit construeren. Hierin positioneren de vissers zich binnen een narratief van de grootouders die in contact stonden met de natuur, respect hadden voor de natuur en zorgden voor de natuur. Als associatie met als missie het *tul* en het meer beschermen, positioneren de vissers zichzelf binnen dit narratief van de grootouders en volgen zij hierin hun voorbeeld.

Binnen deze positionering, creëren de vissers tegelijkertijd ook grenzen tussen zichzelf en de andere *Juaneros*, die volgens de vissers zichzelf niet in deze verhaallijn over de grootouders die in contact stonden met de natuur kunnen plaatsen. De vissers communiceren dat 'de *Juaneros*' geen bewustzijn hebben van de vervuiling en zich niet interesseren in het redden van het meer. Hierin onderscheiden de vissers zichzelf van de rest van het dorp; ze creëren sociale grenzen tussen zichzelf en de ander op basis van een veranderende context; een veranderend meer. Hierin speelt de sociale constructie van *space*, het meer, een belangrijke rol in het construeren van grenzen, waardoor de vissers zichzelf letterlijk op een andere plek positioneren dan de rest van de *Juaneros*. Hierin wordt duidelijk dat identiteit niet statisch is maar fluïde, afhankelijk van de tijd, afhankelijk van de context en in het geval van de vissers: afhankelijk van de *lived experience of space: place* (Gieryn 2000; Rodman 1992), waarin grenzen worden gecreëerd tussen 'wij' en 'zij'. Door zich te plaatsen in een voorouderlijke geschiedenis van grootouders die in contact stonden met de natuur, kunnen de vissers deze grenzen ook (blijven) stellen wat bijdraagt aan de claim van het collectief: Chajil Ch'upup, beschermers van het *tul*.

Op hun eigen manier construeren vissers en weefvrouwen culturele identiteit op basis van een positionering binnen verschillende voorouderlijke geschiedenissen, omtrent de natuur en 'cultuur', waarin beide groepen laten zien dat identiteit fluïde en contextueel is. Middels het gebruik en behoud van de artisanale weeftechniek positioneren weefvrouwen zich binnen narratieven over voorouderlijke geschiedenissen. Daarentegen, positioneren de vissers zichzelf niet door middel van hun artisanale vistechiek binnen een vermeende voorouderlijke geschiedenis, maar door middel van hun zorg voor en contact met het meer. Dit duidt op een belangrijk verschil tussen vissers en weefvrouwen betreffende de relatie van de artisaan in (culturele) identiteit constructies.

Wat blijkt uit de empirie is dat percepties op authenticiteit van de artisaanale betrekking hebben tot deze constructies van (culturele) identiteit. De vissers en weefvrouwen creëren beiden narratieven omtrent hun artisaanale, echter wordt dit narratief door de weefvrouwen geconstrueerd binnen *the act of imaginative rediscovery* van een gedeeld verleden (Hall 2014), terwijl de vissers een

narratief omtrent het artisanaal vissen binnen de vervuiling van het meer construeren. Dit verschil weerklinkt in de betekenis van het authenticeren van de artisanaal in relatie tot het construeren van culturele identiteit.

De weefvrouwen die zich, in vele *cooperativas*, actief binnen het toerisme bewegen gaan op zoek naar een manier om hún product te authenticeren en gebruiken hiervoor narratieven omtrent culturele identiteit waarbinnen de technieken geplaatst worden. Zo wordt er verteld dat het gebruik van de *telar de cintura* een overerving is van verre Maya voorouders die de techniek millennia geleden van de Maya godin Ix Chel hebben geleerd en dat het gebruik van *tintes naturales* en het spinnen van katoen behouden gebruiken van wederom voorouders zijn. Om een zekere onbetwistbaarheid te creëren, in het claimen dat het product met deze voorouderlijke artisanale technieken volledig met de hand door de vrouwen zelf is gemaakt, worden demonstraties van deze technieken geven. Waardoor de demonstraties functioneren als een *register of incontestability* (Van der Port 2004).

In de context van de vervuiling van Atitlan creëren de vissers een narratief omtrent duurzaamheid en exploitatie, waarin zij hun artisanale lijn- en haakvissen contrasteren met het netvissen dat in andere dorpen wordt gebruikt. Vanuit dit narratief uiten de vissers dat zij een voorbeeld zijn voor andere vissers, die net als zij het netvissen zouden moeten verbieden en slechts op artisanale, duurzame, wijze zouden moeten vissen. Door een her-conceptualisatie van Van de Port (2005) zien de vissers zichzelf en hun artisanaal als *the really real*; zij hebben de techniek om het meer te beschermen en misschien uiteindelijk te kunnen redden, zij zijn de beschermers van het meer. Door het creëren van een narratief over duurzaamheid omtrent het artisanale lijn- en haakvissen, authenticeren de vissers door middel van hun artisanaal, hun positionering binnen een voorouderlijke geschiedenis waarin de grootouders ook op een duurzame manier in contact stonden met de natuur. Wat kan worden geconcludeerd is dat het authenticeren van het artisanale vissen op instrumentele wijze bijdraagt aan het positioneren binnen een voorouderlijke geschiedenis (Hall 2014), waardoor sociale grenzen kunnen worden gecreëerd tussen ‘de beschermers’ en ‘de *Juaneros*’ (Barth 1996). Dit authenticiseert tevens de ecologische claim van de associatie: Chajil Ch’upup - beschermers van het *tul*.

Entonces

Percepties op authenticiteit en culturele identiteit worden geconstrueerd middels narratieven die met elkaar in relatie staan. Voor het construeren van (culturele) identiteit positioneren vissers en weefvrouwen zich in vermeende voorouderlijke geschiedenissen en narratieven, maar ook construeren zij narratieven om de positionering te authenticeren middels de artisanales. De vissers

en de weefvrouwen creëren verschillende narratieven met betrekking tot ‘behoud’ voor zowel (culturele) identiteit constructies als authenticatie. De weefvrouwen authenticeren de artisanal door het in verband te brengen met culturele identiteit middels narratieven over voorouders, tegelijkertijd gebruiken en behouden zij de artisanal, als voorouderlijke techniek, om culturele identiteit te construeren en claimen (Banks 2013). In tegenstelling tot de weefvrouwen, kan worden gesteld dat authenticiteit instrumenteel wordt gebruikt door de vissers (Banks 2013), door het artisanal vissen te authenticeren middels een narratief omtrent duurzaamheid en ecologisch behoud, waarmee zij hun positionering binnen narratieven over de grootouders die in contact stonden met de natuur in het construeren van (culturele) identiteit authenticeren. In een context van de vervuiling van Atitlán creëren zij (en onderhouden zij) op basis van deze positionering tevens sociale grenzen tussen ‘wij’ - de beschermers van het *tul* en het meer - en ‘zij’ de *Juaneros* en andere vissers die dit niet doen.

6.3 Discussie

Deze scriptie is geschreven vanuit het perspectief van de vissers en weefvrouwen in San Juan, waarin wij onze interpretaties van hun wereld en hun verhalen zo volledig en accuraat mogelijk hebben proberen te beschrijven. In deze scriptie hebben wij twee verschillende groepen vergeleken, waarin wij van tevoren alleen de artisanale technieken en ‘de deelname’ aan het *turismo comunitario* als overeenkomst zagen. Aan de hand van concepten en theorieën hebben wij daarom ook deze twee verschillende groepen met elkaar vergeleken en hierin meer overeenkomsten gevonden dan wij van tevoren hadden verwacht. Echter, een nuance omtrent het construeren van (culturele) identiteit in ons onderzoek is gepast, omdat identiteit op vele verschillende manieren geconstrueerd wordt en het construeren van culturele identiteit veel verder gaat dan een positionering in voorouderlijke geschiedenis. Door de focus op de artisanal beschrijft deze thesis slechts een onderdeel van culturele identiteit constructie, wat afdoet aan het gelaagde, plurale karakter van identiteit en een eenzijdige, minder complexe weergave van de werkelijkheid weergeeft.

Juist in een studie naar authenticiteit geven verschillende, conflicterende of parallelle percepties op het authentieke waardevolle informatie. In het kader van ons onderzoek zijn slechts de percepties van twee groepen op *turismo comunitario*, authenticiteit en identiteit belicht en onderzocht. Hierdoor hebben wij andere, interessante percepties, buiten deze studie moeten laten, die echter wel een aanvulling zouden kunnen zijn geweest op onze studie.

Met betrekking tot onze onderzoekspopulaties is het ook belangrijk om hierbinnen een nuancering te maken. De weefvrouwen verenigen zich in meer dan vijftientig *cooperativas* in San Juan, maar wij hebben bewust gekozen om slechts enkele *cooperativas* in ons onderzoek te betrekken

omdat het niet haalbaar was om in een beperkte tijd met zoveel *cooperativas* en weefvrouwen rapport op te bouwen, te participeren, te observeren en waardevolle informatie te verkrijgen. Hierdoor is de empirie gebaseerd op een klein aantal informanten binnen een grote, diverse groep. Ook hebben wij slechts met de vissers van Chajil Ch'upup samengewerkt, terwijl San Juan meer vissers telt die niet onderdeel zijn van de associatie. Hun narratieven zijn niet opgenomen in deze studie, wat een gebrek is. Er heersten verschillende percepties op de 'geloofwaardigheid' van Chajil Ch'upup en hun ecologische doelstellingen onder vissers en andere dorpingen. Omdat dit onderzoek geschreven is vanuit de perceptie van de vissers van Chajil Ch'upup en door gebrek aan ruimte, hebben wij besloten dit narratief niet te beschrijven in de empirie.

Tevens hebben wij tijdens het doen van het veldwerk verschillende domeinen van machtsverhoudingen gesignaleerd, maar doordat de focus van ons onderzoek lag op percepties van authenticiteit en identiteit constructies, hebben wij keuzes moeten maken en geen ruimte gehad om deze machtsverhoudingen te beschrijven. Een interessante invalshoek voor vervolgonderzoek zou daarom een focus zijn op de fricties die bestaan tussen de grote en de kleine *cooperativas* met betrekking tot het ontvangen van gidsen, erkenning, en in- en uitsluiting binnen *cooperativas* zijn. Bij de vissers zou een focus op het afbakenen van territorium op het meer, waarin de vissers aan de hand van het 'planten van boeien' gunstige plekken op het meer claimen, een interessante invalshoek zijn. Door het claimen van territoria ontstonden conflicten en machtsverhoudingen tussen vissers die veel territoria hadden en vissers die geen territoria hadden. Dit belicht een spanningsveld tussen ecologische problemen en sociale cohesie.

De vissers van Chajil Ch'upup, en andere vissers rondom Atitlán, hebben duidelijk te maken met klimaatverandering, maar Chajil Ch'upup laat hierin zien dat vanuit een kleine gemeenschap initiatieven ontstaan om dit tegen te gaan. Binnen studies naar de ecologische degradatie van Atitlán is een groot hiaat een sociaal-cultureel perspectief en wordt de relatie tussen natuur en 'cultuur' onderbelicht. Om vanuit een ander perspectief dan authenticiteit en identiteit te bestuderen hoe vissers van een bedreigd meer omgaan met de veranderingen en de manier waarop ecologische veranderingen sociale structuren veranderen binnen een gemeenschap zou heel waardevol zijn.

Tot slot was een duidelijk verschil tussen onze onderzoekspopulaties de sekse. Een genderanalyse omtrent de *artisanales*, maar ook positionering binnen *turismo comunitario* of (culturele) identiteit constructies vanuit een dergelijke analyse zou kunnen leiden tot nieuwe, interessante bevindingen.

BIBLIOGRAFIE

Anderson, B.

2006. *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. Verso:London and New York.

Atwood, W. W.

1933. Lake Atitlan. *Bulletin of the Geological Society of America*, 44(3), 661-668.

Azarya, V.

2004. Globalization and international tourism in developing countries: Marginality as a commercial commodity. *Current Sociology*, 52(6), 949-967.

Banks, M.

2013. post-authenticity: Dilemmas of identity in the 20th and 21st centuries. *Anthropological Quarterly*, 86(2), 481-500.

Barth, F.

1998. Introduction. In *Ethnic groups and boundaries: The social organization of culture difference*. Waveland Press.

Blackstock, K.

2005. A critical look at community based tourism. *Community development journal*, 40(1), 39-49.

Bressner, K.

2010. Othering, power relations, and indigenous tourism: Experiences in Australia's Northern Territory. *PlatForum*, 11, 10-26.

Brubaker, R., & Cooper, F.

2000. Beyond "identity". *Theory and society*, 29(1), 1-47.
- Bruner, E. M.
2005. *Culture on tour: Ethnographies of travel*. University of Chicago Press.
- Bunten, A. C.
2010. More like ourselves: Indigenous capitalism through tourism. *The American Indian Quarterly*, 34(3), 285-311.
- Chandra, S., Dix, M., Rejmánková, E., Mosquera, V., Giron, N., & Heyvaert, A.
2013. Current ecological state of Lake Atitlán and the impact of the sewage inflow: a recommendation to export sewage out of the basin to restore the Lake.
- Cohen, E.
1988. Authenticity and Commoditization in Tourism. *Annals of Tourism Research* (15), 371-386.
- Cohen, E., & Cohen, S. A.
2012. Authentication: Hot and cool. *Annals of Tourism Research*, 39(3), 1295-1314.
- Cole, S.
2005. Cultural tourism, community participation and empowerment. *Cultural tourism in a changing world: Politics, participation and (re) presentation*, 89-103.
2007. Beyond authenticity and commodification. *Annals of Tourism Research*, 34(4), 943-960.
- Devine, J. A.
2016. Politics of post-war tourism in Guatemala: Contested identities, histories, and futures. *L'Espace Politique. Revue en ligne de géographie politique et de géopolitique*, 28
2017. Colonizing space and commodifying place: tourism's violent geographies. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(5), 634-650.
- Davis, S. H., & Konner, M.
2011. *Being there: Learning to live cross-culturally*. Harvard University Press.

DeWalt, K.M. and DeWalt, B.R.

2011. *Participant Observation: A Guide for Fieldworkers*. AltaMira Press: Lanham.

Dixon, J., & Durrheim, K.

2000. Displacing place-identity: a discursive approach to locating self and other. *British journal of social psychology*, 39(1), 27-44.

Eriksen T. H.

2014. *Globalization: The Key Concepts*. London: Bloomsbury Academic.

Fischer E.F. en Hendrickson C.

2003. Tecpán Guatemala: A Modern Maya Town in Global and Local Context. *Westview Press*.

Fischer E.F.

1999. Cultural Logic and Maya Identity: Rethinking Constructivism and Essentialism. *Current Anthropology*, 40(4), 473-499

Gieryn, T. F.

2000. A space for place in sociology. *Annual review of sociology*, 26(1), 463-496.

Guadeloupe F.

2009. *Chanting Down the New Jerusalem: Calypso, Christianity, and Capitalism in the Caribbean*. University of California Press Los Angeles and Berkeley.

Hall, S., & Du Gay, P. (Eds.)

1996. *Questions of Cultural Identity: SAGE Publications*. Sage.

Hall, S.

2014. Cultural Identity and Diaspora. In *Diaspora and visual culture*. Routledge.

Halperin, C.

2008. Classic Maya Textile Production: Insights from Motul de San José, Peten, Guatemala. *Ancient Mesoamerica*, 19(1), 111-125.

Jenkins, R.

2014. Chapter 1 Identity Matters. In *Social identity*. Routledge.

Lee, R. B.

2006. Twenty-first century indigenism. *Anthropological Theory*, 6(4), 455-479.

Leite, N., & Swain, M. B.

2015. Anthropology of Tourism. *Encyclopedia of tourism*.

Little, W. E.

2008. Weaving ritual and the production of commemorative cloth in Highland Guatemala. In *Dimensions of Ritual Economy* (pp. 121-148). Emerald Group Publishing Limited.

Loucky, J.

1978. To Fish or Not to Fish on Lake Atitlan in Guatemala. University of California

2001. The Tz'utujil Maya of Guatemala. *Endangered Peoples of Latin America: Struggles to Survive and Thrive*, 152-169.

Lovell, W. George.

1988. Surviving conquest: The Maya of Guatemala in historical perspective. *Latin American Research Review*, 23(2):25-57.

Medina, L. K.

2003. Commoditizing culture: Tourism and Maya identity. *Annals of tourism research*, 30(2), 353-368.

MacCannell, D.

1973. Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings. *American journal of Sociology*, 79(3), 589-603.

Modesto, H. S., & Niessen, S.

2005. The Revival of Traditional Practices as a Response to Outsiders' Demands: The resurgence of natural dye use in San Juan La Laguna, Guatemala. *Ethnobotany Research and Applications*, 3, 155-166.
- Olsen, K.
2002. Authenticity as a concept in tourism research: The social organization of the experience of authenticity. *Tourist studies*, 2(2), 159-182.
- Palacio, E. R.
2010. Turismo rural-cultural: el caso del municipio de San Juan dela Laguna, Guatemala. *TURyDez*, 3(7)
- Petrich, P.
1999. Historias, historia del lago Atitlán. *San Pedro La Laguna, Sololá, Guatemala: Casa de Estudios de los Pueblos del Lago Atitlán*.
- Prechtel, M., & Carlsen, R. S.
1988. Weaving and cosmos amongst the Tzutujil Maya of Guatemala. *Res: Anthropology and Aesthetics*, 15(1), 122-132.
- Van de Port, M.
2004. Registers of incontestability: The quest for authenticity in academia and beyond. *Etnofoor*, 7-22.
2005. Circling around the Really Real: Spirit possession ceremonies and the search for authenticity in Bahian Candomblé. *Ethos*, 33(2), 149-179.
- Rejmánková, E., Komárek, J., Dix, M., Komárková, J., & Girón, N.
2011. Cyanobacterial blooms in lake Atitlan, Guatemala. *Limnologica-Ecology and management of Inland waters*, 41(4), 296-302.
- Rodman, M. C.
1992. Empowering place: Multilocality and multivocality. *American anthropologist*, 94(3), 640-656.

Salazar, N. B.

2012. Community-based cultural tourism: issues, threats and opportunities. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(1), 9-22.

Shepherd, R.

2002. Commodification, culture and tourism. *Tourist studies*, 2(2), 183-201.

Stronza, A.

2001. Anthropology of tourism: Forging new ground for ecotourism and other alternatives. *Annual review of anthropology*, 30(1), 261-283.

Reisinger, Y., & Steiner, C. J.

2006. Reconceptualizing object authenticity. *Annals of tourism research*, 33(1), 65-86.

Sánchez-Crispín, Á., & Propin-Frejomil, E.

2017. Tourism and territory in the banks of Lake Atitlan, Guatemala. *Revista Geográfica de América Central*, (58E), 15-66.

Taylor, J. P.

2001. Authenticity and sincerity in tourism. *Annals of tourism research*, 28(1), 7-26.

Theodossopoulos, D.

2013. Laying claim to authenticity: Five anthropological dilemmas. *Anthropological Quarterly*, 86(2), 337-360.

Tsing, A. L.

2005. *Friction: An ethnography of global connection*. Princeton University Press.

Wallace, J. M. T.

2005. *Tourism and Applied Anthropologists: Linking Theory and Practice* (p. 23). National Association for the Practice of Anthropology.

Weaver, H. N.

2001. Indigenous identity: What is it and who really has it?. *The American Indian Quarterly*, 25(2), 240-255.

BIJLAGE 1: *TELAR DE CINTURA, MAYA* *WEEFINSTRUMENT*



Fotograaf Betti Lemstra, San Juan la Laguna 14/03/2018

BIJLAGE 2: FLYER CHAJIL CH'UPUP

Chajil Ch'upup

Guardians of lake atitlan through tul cultivation

Visit us at:
San Juan la Laguna
Solola, Guatemala
Tel: (502) 4146-0722
chupupchajil@gmail.com

Atit'Ala Zaragoza
San Juan la Laguna
Chajil Ch'upup
San Juan la Laguna

Chajil Ch'upup

Chajil Ch'upup, established in 2005, seeks to preserve ancient fishing techniques, create new income opportunities, and actively participate in protecting our environment for us and future generations.

The many benefits of planting tul include:

- Oxygenates the lake water, balances out lake eutrophication from excessive organic matter in the lake
- Acts as a natural barrier that filters out sediments from the surficial runoff water that flows into lake
- Native habitat for many birds, fish, crustaceans, and insects. The tul provides food and protection from weather and predators
- Provides a raw material source for making handmade crafts

Artisanal fishing tours
Join us for our daily activities to learn about ancient Mayan fishing techniques by taking a ride in our traditional canoes.

Planting tul tour
The planting tour offers a hands on experience of how to properly handle tul. You guide will also lead discussions on the importance of tul for the local flora and fauna and the benefits that tul cultivation had for conservation of Lake Atitlan.

Lake Tours
We offer visitors the opportunity to get to know our work and enjoy the scenery by offering guided tours around the beautiful shore of Lake Atitlan.

Kayak rentals
Additionally, we offer kayak rentals, so our visitors can enjoy the lake at their leisure.

Artisanal crafts
We offer a variety of crafts created from fully grown tul. Our crafts include: Backpacks, Cushions, Baskets, Handbags and much more!

Folder Chajil Ch'upup – scan april 2018

BIJLAGE 3: AFBEELDING PROCES VAN LOOD (PLOMO) MAKEN



Fotograaf: Yanise Zijlstra. San Juan la Laguna. 11-03-2018

BIJLAGE 4: RESUMEN

Este es un estudio basado en una investigación etnográfica de dos meses en San Juan la Laguna, pueblo ubicado en las costas del lago Atitlán, en Guatemala. La comunidad de este pequeño pueblo de 11.047 habitantes ha sido el centro de su turismo comunitario desde que se estableció este tipo de turismo en 2004. Con el fin de crear una imagen y establecer este tipo de turismo crearon la frase: el lugar donde viven los Tz'utujiles. En este turismo comunitario los artesanales de las cooperativas y asociaciones juegan un papel central. Este estudio cuenta la historia de los pescadores de San Juan la Laguna, quienes están unidos por la asociación Chajil Ch'upup, y las tejedoras, quienes se organizan en cooperativas. Ambos grupos centralizan el uso de técnicas artesanales dentro del turismo comunitario, en el que invitan a los turistas a realizar visitas guiadas, dan demostraciones de las técnicas artesanales, o bien, venden sus productos en las cooperativas.

Los pescadores y las tejedoras se posicionan a sí mismos dentro de tres aspectos del turismo comunitario: el cultural, el económico, y el ecológico. Ambos grupos tratan de beneficiarse económicamente del turismo dentro de su comunidad, a pesar de que son grupos un tanto diferentes. Una gran diferencia es el tamaño del grupo. Únicamente existe una asociación de pescadores, mientras se pueden encontrar más de 25 cooperativas de tejedoras en San Juan la Laguna. Los pescadores no están muy involucrados en el turismo, debido a que sus visitas guiadas no son populares, ni conocidas por los turistas. Por el contrario, las cooperativas tejedoras son la mayor atracción para la gente que visita San Juan. Los pescadores asumen el papel de protectores del lago, posicionándose dentro de un dominio ecológico del turismo comunitario. Las tejedoras se encuentran más preocupadas por mantener una técnica de tejido, ya que la desaparición de esta, de acuerdo con las tejedoras, podría significar una pérdida cultural.

Al construir identidades culturales, las técnicas de tejido y el traje típico de las mujeres juegan un papel central. Posicionando estas técnicas y la vestimenta en la historia, junto con las tradiciones ancestrales, se construye una identidad cultural a partir de narrativas históricas. Parecer ser que tanto las técnicas, como la vestimenta, están relacionadas con ancestros y cosmología maya. Los pescadores construyen sus identidades culturales al enfocar su conciencia ambiental y su papel protector hacia el lago en una perspectiva histórica y relacionándose con ancestros que vivieron en armonía con la naturaleza. Los pescadores se diferencian a sí mismos de otros San Juaneros basándose en la creencia de que los demás no tienen la conciencia ambiental que los pescadores

afirman tener. Las tejedoras se diferencian de otros pueblos por su uso de materiales; tintes naturales. Por lo tanto, una diferencia importante entre los pescadores y las tejedoras es que los pescadores están más preocupados por la sustentabilidad ecológica y la preocupación de las tejedoras es por mantener y preservar una cultura percibida. Esta diferencia se ve reflejada en la manera en que ambos grupos crean narrativas de autenticidad alrededor de sus artesanías.

Con el fin de crear autenticidad alrededor de sus artesanías, tanto los pescadores como las tejedoras crean narrativas. Estas narrativas están relacionadas con las que ellos mismos se posicionan dentro de, construyendo así, su identidad (cultural). Para hacer el modo artesanal de pesca auténtico, los pescadores crean una narrativa de sustentabilidad en la cual ponen su técnica artesanal en el centro del escenario. Esta narrativa insiste en las metas ecológicas de la asociación a través de la cual comunican que ellos sustentan el lago. Dentro de esta narrativa de sustentabilidad y conciencia ambiental, los pescadores ven su manera artesanal de pesca como un ejemplo para otros pescadores alrededor del lago que permiten el uso de redes; una técnica que explota y daña el lago. A través de esta narrativa, los pescadores crean autenticidad alrededor de su técnica artesanal y, por lo tanto, la usan instrumentalmente para posicionarse dentro de la memoria e historia de los ancestros que vivieron en armonía con la naturaleza. Las tejedoras, por el contrario, crean autenticidad de sus productos artesanales al demostrar el proceso a los turistas. Ambos, pescadores y tejedoras, crean narrativas de sustentabilidad al tratar de crear autenticidad alrededor de sus artesanías. Las tejedoras crean una narrativa alrededor del sustento de sus técnicas culturales y, por lo tanto, su cultura. Los pescadores crean una narrativa alrededor del sustento del lago y de sus vidas

Las percepciones en cuanto a autenticidad de los artesanos y la identidad cultural son construidas a través de narrativas que están relacionadas entre sí. En cuanto a la construcción de la identidad cultural, pescadores y tejedoras se posicionan a sí mismos dentro de una historia ancestral compartida y narrativas, aunque al mismo tiempo, construyen narrativas alrededor de sus técnicas artesanales para mantener sus afirmaciones en las cuales la identidad cultural se encuentra basada. Ambos crean diferentes narrativas acerca de la sustentabilidad para ambas construcciones de identidad cultural y autenticidad de sus artesanías. Las tejedoras autentican la artesanía al conectarla con la construcción de identidad cultural desde narrativas que hablan acerca de sus ancestros. Al mismo tiempo, usan y mantienen la artesanía para construir y afirmar una identidad cultural. Los pescadores, por el contrario, usan las narrativas de sustentabilidad y conciencia ecológica que ellos crean alrededor de sus técnicas artesanales en una manera instrumental, a través la cual son capaces de reclamar en su identidad cultural. En el contexto de un lago en peligro, los pescadores crean

límites sociales entre ellos mismos, los protectores, y los otros habitantes del pueblo que no hacen algo por salvar el lago.