

Kultur som forestilling og vare

*Oppfatninger om historie og autentisitet blant mayaindianere
og internasjonale turister i Antigua, Guatemala*

Stian Overå



Masteroppgave i sosialantropologi
ved sosialantropologisk institutt
UNIVERSITETET I OSLO

Mai 2007

Sammendrag

Dette prosjektets overordnede tema er de ulike oppfatningene om autentisitet og historie som oppstår i møtet mellom turistindustrien, internasjonale turister og mayaindianske håndverksselgere i Antigua, Guatemala. Ut i fra en tankegang om at mennesker og steder interagerer med globale prosesser som den internasjonale turismen, ønsker jeg å undersøke kreativiteten og de lokale fortolkningene som har oppstått på lokalt plan i Antigua. Jeg vil presentere og diskutere de spesifikke strategiene som ulike mayaindianske individer kritisk og kreativt bruker i sin deltakelse innen den internasjonale turismen, i et forsøk på å forbedre individets, husholdets og lokalsamfunnets situasjon, og samtidig ta vare på tradisjonelle mayaindianske praksiser og kulturelle verdier. Avhandlingen vil også diskutere turistindustriens rolle i konstruksjonen av turistmål, og hvordan 'maya' på ulike måter blir benyttet som en ressurs, vare og strategi innen konteksten av den internasjonale turismen i Guatemala. I den anledning har en av mine ambisjoner vært å belyse noe av variasjonsbredden i oppfatningene som eksisterer om mayaindiansk kultur, identitet og historie samt vise til at de ulike meningene som blir knyttet til 'maya', er avhengig av hvilke situasjoner og kontekster begrepet brukes innen. I den kontekstuelle analysen av dette temaet har jeg inkludert, på den ene side, hva som tiltrekker turistene til Antigua og hva slags forestillinger de har om mayaindianerne og deres historie. På den annen side har jeg vært opptatt av hvorvidt de mayaindianske håndverksselgernes kontakt med turistene påvirker deres forvaltning av kulturell identitet og måten de fremstiller seg på i møtet med turistene på markedsplassene.

Forord

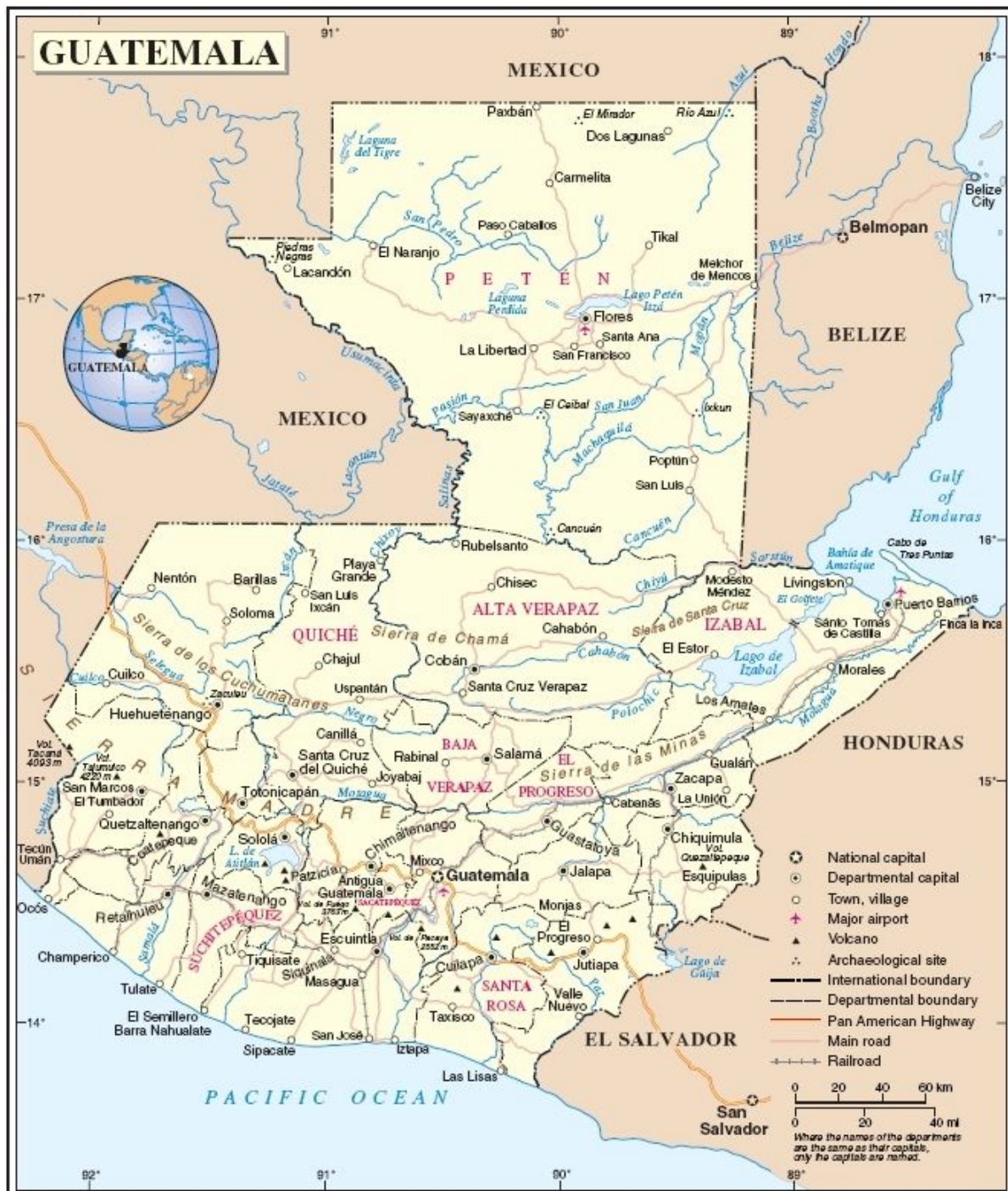
Jeg vil først og fremst takke min veileder Øyvind Fuglerud for et godt samarbeid gjennom hele forskningsprosessen, og Kristi Anne Stølen for hjelpen jeg mottok i planleggingen av feltarbeidet.

Jeg er takknemlig overfor de mange personene som hjalp meg under mitt opphold i Antigua. I den anledning vil jeg nevne min vertsfamilie Flores, håndverksselgerne på Mercado de Artesanías, mine medstudenter fra språkskolen, Calixta Gabriel, Elizabeth Bell og min språklærer Gonzalo.

Under skriveprosessen har jeg hatt kontakt med Walter E. Little, Peter Hervik, Gustavo Herrarte og Thorgeir Kolshus. Deres engasjement og fruktbare tilbakemeldinger har vært til stor hjelp.

En stor takk går også til Maria som har vært en uvurderlig viktig støttespiller gjennom hele forskningsperioden, og som har hjulpet meg med alt ifra klesvask til språkvask.

Kart over Guatemala



(kilde: www.lakjer.dk/mikkel/guatemala-map.shtml)

Kart over Antigua



(kilde: www.larutamaya.com)

Innhold

SAMMENDRAG	2
FORORD	3
KART OVER GUATEMALA	4
KART OVER ANTIGUA.....	5
INNHold	6
INTRODUKSJON	9
FELTET	9
GLOBALISERING, TURISME OG KULTURELL IDENTITET	11
ANTROPOLOGISKE STUDIER AV TURISME	16
‘AUTENTISITET’ SOM FAGLIG OG EMISK BEGREP	17
BESKRIVELSE AV FELTARBEID	19
INNSAMLING AV DATA	20
SPRÅKLIGE OG ETISKE UTFORDRINGER	21
ORGANISERING AV OPPGAVEN	23
1. GUATEMALA: DETS LAND, FOLK OG HISTORIE.....	24
INNLEDNING	24
‘MAYA’: EN BEGREPSDISKUSJON.....	24
MAYASIVILISASJONENS FREMVEKST.....	25
DEN SPANSKE EROBRINGEN AV GUATEMALA	26
GUATEMALA I NYERE TID	27
2. GUATEMALA SOM ET ‘LEVENDE HISTORISK MUSEUM’	31
INNLEDNING	31

DEN INTERNASJONALE TURISMENS FRAMVEKST I GUATEMALA.....	31
INTERNASJONALE TURISTER I GUATEMALA	36
BYBESKRIVELSE AV ANTIGUA.....	37
MERKEVAREBYGGING AV ANTIGUA: ET TEORETISK FUNDAMENT	39
(RE)KONSTRUKSJONEN AV ANTIGUA: ET TURISTMÅL TAR FORM.....	41
TIDLØSE ANTIGUA: “I FORTIDEN OG NÅTIDEN SAMTIDIG”	44
TURISMENS OG MERKEVAREBYGGINGENS PARADOKS	48
“ANTIGUA ER SOM ET FORTRYLLENDE EVENTYR”	51
3. REPRESENTASJONER OG OPPFATNINGER AV ‘MAYA’.....	54
INNLEDNING	54
REPRESENTASJON: KONSTRUKSJONEN AV ‘MAYA’	54
KOMPONERING AV ANNERLEDESHET: ET BILDE TAR FORM.....	56
KVINNEN SOM DEN IKONISKE ‘MAYA’	58
DE “MYSTISKE MAYAENE”’: STEMME FRA FORTIDEN	60
METAFORER OM ‘MAYA’	63
OPPFATNINGER OM ‘MAYA’ I ANTIGUA	66
4. FORHANDLING AV KULTUR PÅ MERCADO DE ARTESANÍAS	69
INNLEDNING	69
MAYAINDIANSKE HÅNDVERKSELGERE I ANTIGUA: EN HISTORISK BAKGRUNN	69
MANUELA OG ANACLETA.....	72
MARKEDETS DAGLIGE RYTME	73
RELASJONEN MAYAINDIANSK SELGER- INTERNASJONAL TURIST	75
MERCADO DE ARTESANÍAS, MARS 2006.....	76
FORHANDLING AV KULTUR.....	77

IDENTITETSBRUK SOM STRATEGI	81
5. DET MAYAINDIANSKE HJEM SOM ATTRAKSJON I 'BAKREGION'	87
INNLEDNING	87
EN HISTORISK BAKGRUNN	87
ET TURISTPROGRAM TAR FORM	88
TURISTUTFLUKTEN	90
FORESTILLINGER OG FORVALTNING AV 'MAYA'	96
'ISCENESATT AUTENTISITET'	99
DEN GLOBALE MARKEDSPLASSEN I EGET HJEM	101
AVSLUTNING	104
KILDELISTE	109
APPENDIX	114
ENCUESTA A VENDEDORES DE ARTESANÍA	114

Introduksjon

Jeg vil i denne avhandlingen se på den lokale mottakelsen av den internasjonale turismen i Antigua ved å presentere og diskutere ulike dimensjoner ved samspillet mellom turistindustrien, mayaindianere og internasjonale turister i Antigua, Guatemala.

Feltet

Guatemala ligger i Mellom-Amerika, og grenser til Mexico, Belize, El Salvador og Honduras. Landet har omtrent 14,5 millioner innbyggere og en utstrekning på 109 000 km², noe som utgjør omtrent 1/3 av Norges landareal. Administrativt består Guatemala av 22 departementer som er inndelt i 332 kommuner. Guatemala by er landets hovedstad, og foruten å være landets politiske og økonomiske midtpunkt, finner en her også landets største internasjonale flyplass.

Feltarbeidet som denne avhandlingen bygger på ble utført i Antigua og dens nærliggende landsbyer mellom januar og juni 2006. Antigua er hovedstaden i departementet Sacatepéquez som ligger i den sørøstlige delen av Guatemala, omtrent femti kilometer fra Guatemala by. Antigua ble grunnlagt av spanske conquistadorer i 1543. Helt frem til jordskjelvet i 1773 var byen landets hovedstad, og et av Mellom-Amerikas politiske, økonomiske og religiøse midtpunkt. Antiguas kolonihistorie har gitt byen et karakteristisk kulturhistorisk særpreg, som gjenspeiler seg ved tilstedeværelsen av de mange gamle kirkene, kapellene, klostrene og fontenene i byen. Ut ifra et ønske om å bevare Antiguas unikhet vedtok den guatemalanske kongressen i 1969 at utbygging skulle begrenses for å verne byens historiske integritet. Et tiår senere ble Antigua oppført på "UNESCOs" liste over byer som tilhører verdens kulturarv, grunnet dens godt bevarte kolonialske arkitektur. Gjennom omfattende konserveringsprosesser som dette, samt storstilt markedsføring fra turistindustrien og regjeringens side, har Antigua blitt et svært populært turistmål for internasjonale turister i Guatemala. Turismens omfang i Guatemala økte drastisk etter at den 36 år lange borgerkrigen mellom regjeringen og den revolusjonære geriljaen tok slutt i 1996. Det er nå langt tryggere å reise i landet, samtidig som regjeringen har forbedret landets infrastruktur, og turistindustrien har bidratt i konstruksjonen av veletablerte turistløyper og

turistmål. I Guatemala er turismen konsentrert til relativt få steder hvorav Tikal, Lago de Atitlán, Chichicastenango og Antigua utgjør de mest populære stedene. Over det siste tiåret har turismen utviklet seg til å bli en storindustri i Antigua. Dette har lokket mayaindianere fra andre omkringliggende landsbyer til markedsplassene i Antigua, hvor de selger tradisjonelle håndverksprodukter til nasjonale og internasjonale turister.

På samme måte som det kan hevdes at globaliseringsprosesser og translokale bevegelser ikke utgjør kvalitativt nye sosiale fenomener, kan det samme hevdes om mayaindianernes handelspraksis. Mayaindianere har vært involvert i handelsrelasjoner på nasjonal basis siden 1500-tallet, og med internasjonale turister siden 1930-tallet. I tråd med dette kan mayaindianernes involvering innen den internasjonale turismen anses som en manifestasjon av en omstendelig historisk transformasjon. Likevel har grunnlaget og omfanget av den internasjonale turismen økt betydelig over de siste tiårene. Totalt sett antas det at det finnes tusen mayaindianske selgere i Antigua, mens det på slutten av 1980-tallet var under hundre. Det at disse mayaindianske håndverksselgerne daglig pendler mellom sine respektive landsbyer og Antigua, fører følgelig til økt kontakt mellom ulike mayaindianske grupper, turister, guider og ladinosbefolkningen. Samtidig har skillene mellom Antigua og hjemsted, markedsplass og hjemmesfæren, blitt mer uklare siden flere mayaindianske familier og kooperativer¹ har åpnet sine dører for guidede turistomvisninger. Dermed har mellommenneskelige relasjoner og møter gjort entré innen nye domener og sfærer for samhandling. Dette kan sees i sammenheng med det økte omfanget og hastigheten av ulike globaliseringsprosesser, som den internasjonale turismen kan sies å utgjøre én dimensjon av.

I forlengelsen av dette vil jeg benytte meg av antropologiske teorier om globalisering, etnisitet, turisme og kommodifisering for å presentere og diskutere mitt empiriske materiale. Jeg vil derfor introdusere den antropologiske diskusjonen knyttet til disse temaene, som videre vil utgjøre det teoretiske rammeverket for avhandlingen. Oppgavens sentrale problemstillinger vil bli lansert fortløpende under de kommende teoretiske diskusjonene.

¹ Et håndverkskooperativ består av en gruppe personer som samarbeider i produksjonen og/eller i salget av håndverksprodukter.

Globalisering, turisme og kulturell identitet

Et resultat av dagens globale interaksjon er spenningsforholdet mellom det som ofte refereres til som kulturell homogenisering og differensiering. Innen antropologien kan det hevdes å eksistere en enighet om at 'globaliseringsprosesser'² ikke innebærer at alle kulturer og individer blir like, men at de bidrar til å gjøre mennesker og kulturer forskjellige på andre måter enn tidligere. Jonathan Friedman uttrykker dette slik: "Ethnic and cultural fragmentation and modernist homogenization are not two arguments, two opposing views that is happening in the world today, but two constitutive trends of global reality" (ibid 1994: 102). Med henvisning til ainoene i Japan samt grupper i Folkerepublikken Kongo og på Hawaii, beskriver Friedman hvordan ulike former for homogeniserings- og differensieringsprosesser kan utspille seg som to konstituerende former for sosial dynamikk i dagens globale virkelighet. I ainoenes tilfelle har den intensiverte kontakten med omverdenen ført til en etnisk revitalisering, hvor en refleksiv grensesetting knyttet til kulturell identitet har gjort det mulig for dem å representere kultur som en vare innen turismen, og dermed også fremme gruppens politiske interesser. I likhet med ainoene og flere andre etniske og sosiale grupper verden over, bruker også mayaindianere i Guatemala sin identitet i ulike former for identitetsprosjekter. Nedenfor vil jeg redegjøre for hvordan dagens mayaindianere i økende grad har blitt mer bevisste sin egen "maya-het", og hvordan denne refleksiviteten gjenspeiler seg i ulike forvaltningsstrategier av mayaindiansk identitet.

Guatemala er et fleretnisk, flerkulturelt og flerspråklig land. Det eksisterer ingen entydig statistikk over landets befolkningssammensetning, men de fleste statistikker kategoriserer 50–60 % av landets innbyggere som mayaindianere. Vanligvis blir mayaindianere ansett som personer med forfedre som stammer fra den prekolonialske mayasivilisasjonen, behersker ett av de 22 anerkjente mayaindianske språkene, bruker tradisjonelt antrekk og/eller identifiserer seg selv som mayaindianere (Fischer og Hendrickson 2003). Den andre store gruppen i landet er ladinobefolkningen, som utgjør omtrent 40–50 % av landets innbyggere. I Guatemala brukes 'ladino' først og fremst for å omtale personer med spansk

² Grunnet spennvidden av innfallsvinkler til studiet av sosiale fenomener som vanligvis omtales med begrepet 'globalisering', eksisterer det et stort teoretisk og etnografisk mangfold innen dette fagområdet. I avhandlingen vil jeg benytte 'translokale bevegelser' og 'globaliseringsprosesser' synonymt for å omtale bevegelsen av mennesker, informasjon, ideer og varer på tvers av lokale og/eller nasjonale grenser.

som morsmål, og som kulturelt sett er mestiser.³ Mayabefolkningen har lenge utgjort antitesen overfor den guatemalanske regjeringens mål om en moderne og homogen nasjonalstat, men i Guatemala har ikke 'mestizaje'-ideologien stått like sterkt som i resten av Latin-Amerika. Den fleretniske diskursen i Guatemala har utartet seg som en politisk maktkamp, hvor det guatemalanske statsapparatet har forsøkt å nedjustere antallet av mayaindianere i landet gjennom gjentatte "statistiske folkemord" for å hindre deres maktinnflytelse (Fischer 2001). Den guatemalanske staten har både ignorert individers selvidentifisering som et kriterium for etnisk tilhørighet, og forskjellene mellom de ulike mayaindianske språkgruppene i landet. Dette muligens i frykt for at en vedkjennelse av de forskjellige gruppernes rettigheter kunne føre til en "balkanisering" à la den etniske revitaliseringen som utspilte seg i det tidligere Jugoslavia på 1990-tallet (Friedman 1994). Den mayaindianske befolkningen i Guatemala er tallmessig i majoritet, men hva angår tilgang til sosiale, økonomiske og politiske ressurser har de historisk sett hatt en minoritetsstatus. Som jeg vil diskutere nærmere i første kapittel, har mayaindianernes forhold til den guatemalanske regjeringen og ladinobefolkningen vært preget av undertrykkelse og diskriminering. I Guatemala har det eksistert og eksisterer fortsatt rasisme mot mayabefolkningen, i den grad at negativt ladete fordommer har blitt satt i system og blitt støttet opp av til dels skjulte maktstrukturer. Blant Guatemalas politiske og økonomiske elite har det derfor lenge vært en stilltiende frykt for at mayaindianerne en dag vil forene seg i stor skala, og kjempe enhetlig for sine rettigheter.

Kay Warren beskriver i den sammenheng fremveksten av "mayabevegelsen"⁴ som en av de mest sentrale politiske prosessene i Guatemala i nyere tid. På tross av innbyrdes forskjeller mener hun at mayabevegelsen har et fellesmål knyttet til å "[...] unite Mayas across language groups and communities to build a national movement" (ibid 1998: 171). Warren mener bevegelsens viktigste prosjekter har vært knyttet til å kjempe for politiske rettigheter, forbedre utdanningssystemet, revitalisere språket og refortolke historien. Deriblant har *Popol*

³ I tillegg til mayaindianere og ladinobefolkningen eksisterer også de langt mindre etniske gruppene garífuna (7000 individer), som er etterkommere av afrikanske slaver som ble introdusert til landet under kolonitiden, og xinca (350 individer) som er en urbefolkningsgruppe med opprinnelse fra Mexico.

⁴ Framfor å være en integrert bevegelse er "mayabevegelsen" ("el Movimiento Maya") heller et samlebegrep for flere strømninger av politiske personer, forskningsmiljøer og ikke-statlige organisasjoner (Non-Governmental Organizations, forkortet NGO) som deltar i den offentlige debatten om mayaindianske rettigheter.

Wuj-teksten⁵, med sin opprinnelse fra 1500-tallet, blitt forsøkt gjort til grunnlag for en felles mayaindiansk historie. Denne etniske oppblomstringen har blitt omtalt som et 'weapon of the weak', hvor det fra slutten av 1970-tallet vokste frem en bevegelse av skoler, grupper og organisasjoner som har jobbet for mayaindianske rettigheter og for en revitalisering av kulturelle elementer fra mayasivilisasjonen (Fischer og Hendrickson 2003). På bakgrunn av at mayaene aldri har vært etnisk eller politisk samlet, omtaler Jon Schackt fremveksten av mayabevegelsen som 'ethnogenesis': "The coming in to being of a self-conscious people that has really not existed before" (ibid 2001: 3). Han beskriver hvordan mayaindianerne inntil nylig generelt ikke har vedkjent seg sin identitet og historie, og at bruken av 'maya' har vært forbeholdt turistindustrien og fagmiljøer som sosialantropologien. Den etniske revitaliseringen har gjort mayaindianerne mer bevisste sin "maya-het" enn tidligere, og i dag brukes 'maya' i en bred spennvidde av ulike former for politiske, økonomiske og kulturelle identitetsprosjekter.

Mine informanter blant de mayaindianske håndverksselgerne i Antigua var riktignok ikke politiske aktivister eller involvert i "mayabevegelsen". Det viste seg at deres bruk av 'maya' var knyttet til en annen form for identitetsprosjekt enn "mayabevegelsens" arbeid. Jeg ønsker å vise at 'maya' bare var en av flere identitetskategorier de mayaindianske håndverksselgerne strategisk tok i bruk innen ulike sosiale, politiske og økonomiske kontekster i Antigua. Som deltakere innen den internasjonale turismen, jobber og bor mayaindianske håndverksselgere innen et translokalt rom hvor ulike lokale, nasjonale og globale politiske og økonomiske krefter møtes i et skjæringspunkt (Little 2004a). På bakgrunn av dette kan det hevdes at mayaindianske håndverksselgere i økende grad har blitt en del av den globale flyten av informasjon, varer og mennesker (Kearney 1995, Appadurai 1996). En feltarbeidserfaring var at de på bakgrunn av sitt yrke, og i dagliglivets interaksjon for øvrig, var avhengig av et bredt identitetsspekter. I den sammenheng har jeg undersøkt kompleksiteten av de sosiale relasjonene de inngikk i – det vil si håndverksselgernes innbyrdes relasjoner og deres relasjoner til turistindustrien, lokalpolitikere, ladinosbefolkningen og internasjonale turister i Antigua. Avhengig av ulike kontekstuelle og situasjonelle konstellasjoner tok håndverksselgerne i bruk en bred spennvidde av

⁵ *Popol Wuj* regnes som k'iche'-mayaindianernes hellige bok. Under kolonitiden ødela spanjolene stort sett alt skriftlig materiale fra mayasivilisasjonen, men denne teksten ble funnet godt bevart i Chichicastenango i 1702. Forfatteren/e av teksten er ukjent. Den har fortsatt en sentral rolle ved mange mayaindianeres trossystem.

identitetskategorier, deriblant 'maya', 'indígena' og 'kaqchikel', og yrkeskategorier som 'håndverkere' og 'selgere'. Den store majoriteten av mine informanter blant håndverksselgerne i Antigua, tilhørte den kaqchikel-talende mayaindianske gruppen som altså er én av de 22 anerkjente mayaindianske språkgruppene i Guatemala. I den anledning vil jeg derfor fokusere på hvordan de kaqchikel-talende håndverksselgere i Antigua strategisk benyttet ulike etnisitets- og identitetskategorier innen konteksten av den internasjonale turismen.

Richard Wilson (1995) og Edward F. Fischer og R. McKenna Brown (1996) beskriver hvordan den antropologiske forskningen av etnisitet i Guatemala gradvis har skiftet fokus fra å definere etniske grenser til å beskrive bevegelsen av etniske grenser, og det stadig skiftende meningssystemet tilknyttet kulturelle kategorier og symboler. Siden 'etnisitet' ikke er navnet på egenskaper ved et fenomen, men navnet på en relasjon og forholdet mellom egenskaper, har det vært sentralt for meg å se på de situasjonelle og kontekstuelle omgivelsene som mayaindiansk identitet utspilte seg innen. Det ble et empirisk anliggende å beskrive når, hvordan og hvorfor ulike identitetskategorier ble gjort relevante. Av de ovennevnte identitetskategoriene valgte jeg spesielt å fokusere på bruken av 'maya', og de ulike forestillingene som ble knyttet til begrepet av forskjellige personer innen den internasjonale turismen. I løpet av feltarbeidet opplevde jeg at turistindustrien⁶, ladinobefolkningen, internasjonale turister og mayaindianere tilla 'maya' svært forskjellig meningsinnhold. Nedenfor vil jeg kort presentere noen av disse ulike oppfatningene om 'maya', og relatere dem til avhandlingens mest sentrale problemstillinger.

Av turistindustrien ble mayakulturen ofte fremstilt på bakgrunn av et slags evolusjonistisk narrativ, hvor den "kulturelle ektheten" til dagens mayaindianere ofte ble vurdert ut ifra den prekolonialske mayasivilisasjonen som ble ansett som det "autentiske 'maya'". I avhandlingen vil jeg nærmere diskutere hvordan mayakulturen blir representert skriftlig og visuelt i turistlitteraturen, og hvordan disse representasjonene preget turistenes oppfatninger om 'maya'. For den stadig ekspanderende turistindustrien i Antigua og Guatemala vil jeg også argumentere for at 'maya' har blitt en viktig ressurs som strategisk benyttes i

⁶ Med 'turistindustrien' henviser jeg til alt i spennvidden fra den nasjonale turistorganisasjonen "INGUAT" til det guatemalanske turistpolitiet, reiseselskaper og guider. Jeg har spesielt tatt for meg det skriftlige og visuelle materialet som eksisterer om mayakulturen i guidebøker.

markedsføringen av landet, og i merkevarebyggingen av populære turistmål som Antigua. I denne sammenheng anser jeg også David Harveys (2001)⁷ tilnærming til verdidannelse som en fruktbar teoretisk innfallsvinkel. Hans diskusjon om forholdet mellom kultur og kapital og det unike og det masseproduserte, har jeg funnet analytisk fruktbar for å beskrive den utstrakte promoteringen av Antigua som en ”kolonialske by”⁸. I den anledning vil jeg diskutere fremveksten av den internasjonale turismen i Guatemala, turistindustriens tilretteleggende rolle, vilkårene for å utvikle turistmålenes egenart og hva som kjennetegner merkevarebyggingen av Antigua som turistmål.

Majoriteten av mine mayaindianske informanter identifiserte seg som ’indígenas’ (urbefolkning), og mer spesifikt som ’kaqchikel’. I kontakt med ladinos og lokalpolitikere i Antigua underkommuniserte de riktignok de etniske forskjellene, og fremhevet sitt yrke som ’håndverkere’ og ’selgere’. På den annen side brukte håndverksselgerne ofte ’maya’ som en situasjonell identitet, og en slags vare i salgsrelasjoner til de internasjonale turistene. ”Mayakultur” var noe som fascinerte de fleste av de internasjonale turistene, og for mange av dem var det nettopp ønsket om å se og oppleve ”ekte mayakultur” som hadde ført dem til Guatemala. På bakgrunn av dette vil jeg diskutere hvordan de internasjonale turistene ofte oppfattet mayaindianere gjennom mystiske og romantiske forestillinger, og vurderte dem ut ifra visse forestillinger om ”historisk autentisitet”. I møte med turistene vektla håndverksselgerne sin mayaindianske identitet og historie, og spilte på turistenes forestillinger om mayakulturen. Den internasjonale turismen har dermed gitt mayaindianerne muligheten til å ”invent, create, package, and sometimes sell their culture” (Jackson 1989: 127). Altså, i likhet med de nevnte ainoene, plasserte håndverksselgerne bokstavelig talt sin kulturelle identitet på markedet i Antigua.

I denne etnografiske konteksten vil jeg rette fokus mot i hvilken grad håndverksselgernes kontakt med turistene og turistindustrien influerer deres forvaltning av historie og identitet, og måten de fremstiller seg på overfor omverdenen. En kontekstuell analyse av dette spørsmålet vil imidlertid også måtte inkludere hva som tiltrekker turistene til Antigua, og

⁷ David Harvey er utdannet samfunnsgeograf og sosialantropolog. I andre kapittel (s.39) vil jeg nærmere diskutere og posisjonere meg i forhold til Harveys teori.

⁸ Med ”kolonialske by” mener jeg hvordan turistindustrien har forsøkt å konvertere Antiguas kolonihistorie til et omfattende turistprosjekt på bakgrunn av begrepet ”kolonialske”.

hva slags forforståelse de har av mayaindianerne og deres historie. Det har vært sentralt å fokusere på om turistenes forestillinger om 'maya' innebærer forventninger som de mayaindianske håndverksselgerne bevisst utspiller strategisk i sin kontakt med turistene. I den anledning ønsker jeg også å diskutere hvordan håndverksselgerne forholder seg til "mayabevegelen". "Mayabevegelsens" arbeid er blant annet sentrert rundt å dekonstruere de eksisterende representasjonene av 'maya' som de mener er sterkt diskriminerende. Dermed blir det relevant å fokusere på hvorvidt håndverksselgernes situasjonelle identitetsbruk er forenlig med "mayabevegelsens" identitetsprosjekt og bruk av 'maya' som en kollektiv kulturell identitet i den nasjonalpolitiske diskursen om mayaindianske rettigheter.

Antropologiske studier av turisme

Turisme er et komplekst sosialt, kulturelt, politisk og økonomisk fenomen som kan oppfattes som én dimensjon ved dagens globale interaksjon. Dette kommer også til syne i statistikk som viser at den globale turismen økte fra 24 millioner til 415 millioner mellom 1945 og 1990 (McLaren 1999: 29). Turisme- og reiselivssektoren utgjør i dag verdens største industri, med en omsetning som tilsvarer rundt 11 % av den årlige verdiskapningen i verden. På tross av turismens enorme effekt på verdensøkonomien, så vel som dens sosiokulturelle betydning og nærhet til andre store antropologiske temaer som migrasjon, kulturell kontakt, konsum og sosial forandring, var det ikke før på 1970-tallet at turisme ble ansett som et sentralt fenomen, og i det hele tatt anerkjent som et "seriøst" tema innen antropologien. Pierre Van den Berghe skriver:

To ignore tourism in our accounts of culture contact in the twentieth century is probably as great an omission as to ignore slavery in the eighteenth century or colonialism in the nineteenth. Indeed, tourism can even be seen as a mirror of anthropology itself: Both constitute a quest for the other. In a sense, ethnic tourism is amateur anthropology, or anthropology is professional tourism. Perhaps, in the end, we all yearn to achieve better self-understanding by looking at others (ibid 1996b: 551)

Faghistorisk sett har antropologiens forhold til turisme som sosialt fenomen vært ambivalent, om ikke direkte negativt. Freda Rajotte (1987) mener turismen i mange tilfeller kan anses som en "ny form for sukker" som utnytter urbefolkninger. June Nash (1995) omtaler turisme som en ny form for kolonialisme, hvor sosiale eliter søker identitet gjennom konsumering av tradisjonell kultur. Malcolm Crick (1989) anser turisme som en metaforisk form for

symbolsk vold og voldtekt mot lokale kulturer og lokalbefolkning. Mange antropologers beskjeftigelse med turisme som fenomen har altså vært verdiladet, og rettet mot turismens effekt på lokalkulturer og lokalbefolkninger.

Dette er ikke en avhandling om turismens *effekt* på mayaindianere. En slik tilnærming ville fort kunne ha oversett menneskets tilpasningsevne til kontinuerlige pågående sosiale prosesser, og behandlet kultur som noe statisk og rigid, fremfor noe prosessuelt som stadig er i bevegelse. Den ville stakkarsliggjort lokalbefolkningen, og fratatt dem deres handlingskraft og historie. Et slikt fokus ville heller ikke være følsomt nok til å fange opp de ulike formene for kreativ tilpasning blant den mayaindianske befolkningen i deres deltakelse innen den internasjonale turismen. Jeg ønsker ikke å fremstille mayaindianere som ”nikkedukker” overfor den internasjonale turismen. Turismen, eller pengene som sirkulerer innen institusjonen, er ikke en agent som i kraft av seg selv presser mayaindianere til å delta, og som med nødvendighet medfører et tap av mayaindiansk kultur, historie og identitet. I den anledning hevder Walter E. Little at dagens mayaindianere ikke har en ”identitetskrise”. Hans hovedfokus er rettet mot mayabefolkningens tilpasning til den internasjonale turismen og den innvirkningen dette har på deres kjønnsroller og kulturelle identitet. Han mener at mayaindianske håndverksselgere opprettholder en sterk gruppebasert mayaidentitet på tross av at de kommodifiserer sin kultur innen den internasjonale turismen. Little skriver: ”International tourism has contributed a larger palette and more colors from which Maya vendors can construct, maintain, and reflect on their identities as vendors, Mayas, and *indígenas*” (ibid 2004a: 11). Basert på ovenstående diskusjon ønsker jeg å fokusere på hvordan den internasjonale turismen har ført til en økt kulturell bevissthet og refleksivitet blant mayaindianske håndverksselgere knyttet til bruk av kulturell identitet. Jeg vil derfor presentere og diskutere hvordan mine kaqchikel-talende mayaindianske informanter brukte kultur, identitet, historie og tradisjoner på kalkulererte måter som deltakere innen turismen.

‘Autentisitet’ som faglig og emisk begrep

I det antropologiske studiet av turisme har begrepet ’autentisitet’ vært sentralt. Gjennom faghistorien har det vokst frem et mangfold av tilnærminger, teorier og definisjoner knyttet til det tvetydige begrepet ’autentisitet’ (Se blant annet Boorstin 1961, MacCannell 1976 og 1999, Cohen 1988, Bruner 1994, Urry 1995, Castañeda 1996 og Wang 1999). På tross av

dette store mangfoldet korresponderer på mange måter nyere tids tilnæringer til 'autentisitet' med hvordan antropologien gradvis har tilnærmet seg begrepet om 'kultur', altså gjennom et mer dynamisk og prosessuelt syn. Antropologer har fokusert på de prosessene som gjør at mennesker, steder og gjenstander oppfattes som autentiske, fremfor å anse 'autentisitet' som en objektiv og statisk kategori som eksisterer "à priori" (Castañeda 1996). Antropologer har gradvis gått over til å argumentere for at 'autentisitet' ikke er en gitt og målbar kvalitet som kan tilskrives et fenomen, og at autentisitet er relatert til personers forestillinger og meningsdannelse. Således har den faglige tilnærmingen til begrepet om autentisitet i større grad blitt knyttet til turistenes oppfatninger om autentisitet, gjennom en mer konstruktivistisk tilnærming.

John Urry er i den anledning sentral med sitt fokus på visuelt konsum og estetisk refleksivitet. I *The Tourist Gaze* (1990) argumenterer Urry for at turistenes ulike former for 'syn' er sosialt konstituert, og preger hva turistene søker, og oppfatningene knyttet til hendelsene de opplever. Urrys begrep 'The Tourist Gaze' vil være en av innfallsvinklene jeg vil benytte for å diskutere turistlitteraturens konstruksjon av 'maya', turistenes oppfattelse av Antigua, og samspillet mellom internasjonale turister og mayaindianere.

I forhold til turistenes oppfattelse av autentisitet og deres interaksjon med mayaindianere, anser jeg også Dean MacCannells begrep 'iscenesatt autentisitet' (1976 og 1999) som en fruktbar analytisk tilnærming. MacCannell mener at turistsettinger kan plasseres langs et kontinuum hvor 'front'- og 'bakregionen' utgjør polene. Mellom disse polene skiller han mellom forskjellige turistifiserte rom som i ulik grad har blitt iscenesatt for turistene. Han mener turistene ikke har adgang til det autentiske de søker, fordi 'frontregionen' ofte blir iscenesatt, manipulert og arrangert som den egentlige 'bakregionen' av vertskapet. Det er i det øyeblikket turistene fornemmer at forberedelser har blitt gjort for deres tilstedeværelse at de blir interessert i å utforske forholdene i 'bakregionen'. Likevel viser det seg ofte at også 'bakregionen' er iscenesatt. Dette mener MacCannell fører til en form for 'levende museum' hvor turistene blir ledet gjennom fastlagte program for at de skal få tilfredsstilt sine forventninger. Ut ifra MacCannells tankegang blir dermed 'iscenesatt autentisitet' en slags kommoditet og attraksjon innen turismen. Denne ledingen av turister gjennom veletablerte turistløyper, iscenesettelse av autentisitet samt turistenes ønske om å oppleve mayakultur i 'bakregionen', er alle temaer jeg ønsker å diskutere.

Edward M. Bruner og Barbara Kirshenblatt-Gimblett er også opptatt av iscenesettelse av kultur. I sin studie av hvordan masai-ritualer blir iscenesatt for turister i Kenya, benytter de riktignok begrepet 'tourist realism' fremfor 'autentisitet'. De skriver: "Our intention is to distinguish realism, as achieved in this tourist performance, from authenticity, which we see as a problem of authentication – who has the power to determine what will count as authentic?" (ibid 1994: 459). For å rette dette spørsmålet over til min egen avhandling vil jeg understreke at det ikke er min agenda å bedømme autentisiteten ved de mayaindianske håndverksselgernes praksis, deres produkter eller ved turistenes opplevelser. Min tilnærming er etnografisk, i den grad at jeg er ute etter å beskrive de oppfatningene om autentisitet og historie som oppstår i møtet mellom turistindustrien, internasjonale turister og mayaindianske håndverksselgere i Antigua.

Foruten å være et velbrukt faglig begrep var 'autentisitet' også et emisk begrep, som jeg oppdaget i stor grad var en del av turistdiskursen om mayaindiansk kultur.⁹ Min begrunnelse for å bruke begrepet 'autentisitet' er derfor også empirisk betinget siden vi som antropologer smir våre analytiske instrumenter ut ifra det materialet vi jobber med. I min konseptualisering av Guatemala som et 'levende historisk museum' har derfor bruken av 'autentisitet' vært sentralt i forhold til turistindustriens konstruksjon av turistmål, mayaindianernes forvaltning av kultur og historie, samt turistenes oppfattelse av troverdigheten til disse (re)presentasjonene. Disse begrepene har vært viktige analytiske redskaper for å fange opp enkeltindividers erfaring, forståelse og opplevelse av virkeligheten. Antigua har vært konteksten og prismet der jeg har forsøkt å få innblikk i hvordan den globale flyten av mennesker, forestillinger og varer utspiller seg lokalt.

Beskrivelse av feltarbeid

I forkant av feltarbeidet var jeg i kontakt med Kristi Anne Stølen ved "SUM" (Senter for Utvikling og Miljø) som ga meg verdifulle råd for gjennomføringen av feltarbeidet. Jeg tok også kontakt med språkskolen *Proyecto Lingüístico Francisco Marroquín* i Antigua. Denne skolen var av spesiell interesse for meg siden den hadde som mål å revitalisere

⁹ Innen samfunnsvitenskapen henspiller begrepet 'diskurs' på et institusjonalisert system av forestillinger og forventninger knyttet til et sosialt fenomen eller tema.

mayaindianske språk og kultur. Min mayaindianske lærer Gonzalo ble en nøkkelinformant i etableringsfasen av mitt mayaindianske kontaktnettverk. Han introduserte meg for mange av sine bekjente og slik fikk jeg god hjelp til å utvide mitt mayaindianske informantnettverk, som gradvis økte i omfang og rekkevidde gjennom ”snøballmetoden”. Parallelt med språkstudiene forsøkte jeg å bli bedre kjent med turistindustrien og de internasjonale turistene i Antigua. Etter hvert fikk jeg et utbredt nettverk av turistinformanter som jeg tilbrakte mye tid sammen og reiste på turer med til Lago de Atitlán, Tikal og Chichicastenango. Jeg utførte også intervjuer med flere sentrale skikkelser innen turistindustrien for å få innblikk i Antiguas historie, og hvordan byen har blitt forsøkt konstruert som turistmål. I utforskningen av disse temaene ble spesielt min kontakt med den amerikanske kulturhistorikeren Elizabeth Bell fruktbar. Gradvis som min språkbeherskelse ble bedre, tilbrakte jeg mer tid sammen med de mayaindianske håndverksselgerne i byen. På grunn av et stort mangfold av markeder valgte jeg å vie ekstra fokus til Mercado de Artesanías, som er det største turistmarkedet i Antigua med 437 salgsboder. Utover i feltarbeidet oppdaget jeg også mange andre spennende arenaer som jeg oppsøkte jevnlig, deriblant ulike byrådsmøter, debatter på kaféer og andre foredrag og kurs arrangert i Antigua.

Innsamling av data

Det produserte datamaterialet som blir presentert i denne avhandlingen, består av kombinasjon av skriftlige kilder, intervjuer, samtaler og deltakende observasjon. Unni Wikan (1996) omtaler deltakende observasjon som å være tilstedeværende og deltakende i daglige gjøremål, dele informantenes kår og påvirke situasjoner minst mulig. I løpet av feltarbeidet deltok jeg på mange forskjellige arenaer, og pendlet mellom mange ulike kontekster og roller. Jeg studerte på språkskole, bodde hos en guatemalansk vertsfamilie, oppsøkte mayaindianske rettighetsorganisasjoner, engasjerte meg i et frivillighetsprosjekt knyttet til en mayaindiansk barneskole i Chimaltenango, reiste på turer og ekskursjoner med turistinformanter, mottok undervisning i veving og besøkte mayaindianske landsbyer, kooperativer og familier i landsbyene i utkant av Antigua. Dette er arenaer som innbyr til ulik grad av deltakelse, og følgelig roller med ulikt meningsinnhold. Derfor var jeg nødt til å ha et fleksibelt syn på metode under hele feltarbeidet, hvor den aktuelle arenaen og de tilstedeværende aktørene hadde stor innflytelse på mitt valg av metodisk fremferd (Garbett

1970). Min datainnsamling blant turistene var preget av deltakende observasjon og uformelle samtaler. Jeg opplevde ingen store problemer med å etablere et informantnettverk med turister, men på grunn av den raske gjennomtrekken av turister var det et fåtall av dem jeg tilbrakte mer enn en måned sammen med. På den annen side er denne kontinuerlige flyten av turister gjennom byen nettopp noe som gjenspeiler Antigua. Fra Mercado de Artesanías er min empiri basert på alt ifra deltakende observasjon, til observasjon og uformelle samtaler med de mayaindianske selgerne og turister. Like før påske gjennomførte jeg også en spørreundersøkelse og intervjurunde med femti av håndverksselgerne relatert til deres forhold til turistene og turistindustrien. Gjennomføringen av spørreundersøkelsen anså jeg som et hensiktsmessig metodisk grep for å utvide mitt nettverk, oppnå interessant empiri og avklare min forskerrolle tydeligere. Det store flertallet av mine mayaindianske informanter på markedet var kvinner, noe som naturligvis preget min relasjon til dem og min forskerrolle for øvrig. Siden jeg ønsket å lære gjennom i størst mulig grad å delta selv, ble jeg ofte gitt typiske ”mannsoppgaver”, som innebar å frakte ”bultos” (store sekker med håndverksprodukter) til og fra markedet, løpe ærend og bringe beskjeder. Ved enkelte anledninger var jeg også tolk i salgsrelasjoner mellom selgere og turister. Jeg forsøkte meg også på noen ”kvinnelige aktiviteter” som å passe barn, veve og annet håndarbeide. Dette innebar ofte et komisk innslag i hverdagen for informantene, og en inntreden i ”klovnerollen” for antropologen. Ved flere anledninger ble jeg også invitert hjem til selgerne, der jeg fikk anledning til å omgås dem i en annen setting enn på markedet. I genereringen av mitt datamateriale har jeg også samlet, lest og analysert en mengde forskjellige skriftlige kilder, som historiebøker, guidebøker og annet skriftlig og visuelt materiale som er myntet på de internasjonale turistene.

Språklige og etiske utfordringer

I Guatemala eksisterer det 25 forskjellige språk: Spansk, som er det offisielle språket, garífuna, xinca og 22 forskjellige anerkjente mayaindianske språk.¹⁰ Den store majoriteten av mine informanter var delvis bilingvistiske, og tilhørte den kaqchikel-talende mayaindianske gruppen. Alle mine mayaindianske informanter behersket spansk muntlig, og

¹⁰ Jeg forholder meg til den lingvistiske klassifikasjon til ”ALMG” (Academia de las Lenguas Mayas de Guatemala).

i stor grad også skriftlig. Beherskelsen av kaqchikel varierte i stor grad skriftlig, mens de fleste mestret språket muntlig. Hovedsakelig brukte jeg spansk i kontakten med mine mayaindianske informanter. Mine spanskferdigheter var i utgangspunktet begrensede, derfor oppholdt jeg meg i Sør-Amerika seks uker i forkant av feltarbeidet for å forbedre språket. Da jeg ankom Antigua, startet jeg oppholdet med et fem ukers språkkurs, med opptil sju undervisningstimer hver dag. Jeg mottok undervisning i spansk og kaqchikel helt til den siste uken av feltarbeidet, men jeg reduserte gradvis undervisningsmengden da språkbeherskelsen ble bedre. Selv om jeg ikke nådde et spesielt høyt nivå i kaqchikel, oppnådde jeg en slags velvillighet og sympati blant mine kaqchikel-talende informanter. Det at jeg, en ung, lyslugget vestlig forsker, ønsket å lære deres mayaindianske morsmål, overrasket mange. En håndverksselger på Mercado de Artesanías uttrykte at det var først da jeg viste interesse for å lære kaqchikel, at hun forsto at mine motiver var genuine. På den måten ble språket en viktig innfallsvinkel for å bli ”godtatt”, utvide mitt mayaindianske nettverk og avklare mine forskningsmessige intensjoner. Når jeg har jobbet med feltnotatene mine i ettertid, ser jeg også visse ”fordeler” med det å ikke kunne et språk fullt og holdent. Den første perioden av feltarbeidet fikk jeg mye bra observasjonsdata på rene handlingssekvenser. Dette var en periode jeg var nødt til å være spesielt følsom overfor andre aspekter ved mellommenneskelige relasjoner enn det talte ord.

Et antropologisk feltarbeid vil ofte aktualisere etiske implikasjoner som kan manifestere seg både under og etter selve feltarbeidet. I løpet av feltarbeidet fikk jeg flere ganger høre ting som potensielt sett kunne være interessant empiri, men som samtidig var omspunnet av en personlig og fortrolig karakter. Eksempelvis grusomme personlige historier fra borgerkrigen, om diskriminering og vold, eller andre temaer av sensitiv art. Dette er en etisk implikasjon som har fulgt meg gjennom hele skriveprosessen, da all publikasjon innebærer en viss form for risiko for informantene. Risikoen vil være knyttet til hvem som kommer til å lese avhandlingen, og ikke minst til hvordan den vil bli lest. Derfor har jeg vært nødt til å overveie disse valgene nøye med hensyn til hva jeg kan bruke som empiri, og eventuelt hvilke personer og organisasjoner jeg bør anonymisere. Dette gjelder også overfor mine turistinformanter, som jeg selvsagt også må prioritere ut ifra etiske vurderinger. I forlengelsen av dette har jeg benyttet pseudonymer på alle mine informanter, bortsett fra de personene som innehar offentlige og/eller politiske stillinger.

Organisering av oppgaven

I første kapittel vil jeg etablere en historisk kontekst for avhandlingen, hvor jeg i korte trekk vil ta for meg historien fra den prekolonialske mayasivilisasjonen til dagens Guatemala. I andre kapittel vil jeg fokusere på den internasjonale turismens fremvekst, og kommodifiseringen knyttet til sted og kultur i konstruksjonen av turistmål. Tredje kapittel omhandler de visuelle og skriftlige fremstillingene av 'maya' i turistlitteraturen, og hvordan turistens romantiske oppfatninger om mayakultur blant annet kan gjenspeile seg i bruken av metaforer. I fjerde kapittel vil jeg diskutere hva som kjennetegner samspillet mellom mayaindianske håndverksselgere og turister på håndverksmarkedet Mercado de Artesanías. I femte kapittel vil jeg presentere en turistutflukt til et mayaindiansk hånverkskooperativ utenfor Antigua, hvor jeg vil diskutere kooperativs iscenesettelse av 'autentisitet' og turistenes oppfatninger knyttet til 'autentisitet' og historie. I avslutningen vil jeg bringe disse temaene og perspektivene sammen i en diskusjon om nåtidig mayakultur i en global verden.

1. Guatemala: dets land, folk og historie

Innledning

I dette kapittelet vil jeg rette fokus mot Guatemalas historie for å beskrive de mest betydningsfulle prosessene og hendelsene som har vært med på å prege landet og dets befolkning. Denne historiske tilnærmingen anser jeg som fruktbar både i forståelsen av dagens situasjon i Guatemala og for å etablere en kontekst for diskusjonene i de kommende kapitlene. Gjennom en kortfattet kavalkade vil jeg derfor presentere landets historie fra mayasivilisasjonens fremvekst til dagens Guatemala, hvor hovedfokuset vil bli rettet mot mayaindianernes situasjon og den sosiale ulikheten i landet.

'Maya': En begrepsdiskusjon

På mange måter kan det hevdes at 'maya' er et grenseløst og tidløst begrep. Grenseløst i den forstand at begrepet 'maya' inntil nylig både ble benyttet for å omtale en språkfamilie som omfatter omtrent 30 språk i de mellomamerikanske landene, og for å betegne en kulturell tradisjon i Mexico, Belize, Honduras og Guatemala. 'Maya' er også et tidløst begrep i den forbindelse at det rommer et voldsomt tidsspenn, som benyttes for å omtale perioden fra mayasivilisasjonens fremvekst for omtrent 3500 år siden og helt frem til dagens mayaindianere. Selv om noen refererer til hele den mayaindianske befolkningen som 'maya', eksisterer det 22 forskjellige anerkjente mayaindianske språkgrupper i Guatemala. Det har vært brukt en rekke forskjellige identitetskategorier for å omtale den mayaindianske befolkningen i Guatemala, og det er mer enn semantikk knyttet til forskjellene mellom disse kategoriene. De er heller kjennetegnet som komplekse sosiale kategorier med meningsinnhold som inkorporerer ulike kulturelle, religiøse, lingvistiske, sosiale og politiske aspekter. Siden kategorier som 'indianere' og 'innfødte' ofte innebærer sterkt nedsettende konnotasjoner, er det i dag vanlig å bruke 'indígena' (urbefolkning/mayaindianere) for å omtale medlemmene av disse språkgruppene (Ekern og Bendiksby 2001: 3). Som diskutert i introduksjonen brukes også 'maya' i økende grad som en identitetskategori av mayaindianere selv i ulike former for identitetsprosjekter. Under feltarbeidet oppdaget jeg at

kompleksiteten ved 'maya' reflekterte seg i den brede spennvidden av forestillinger og forvaltninger knyttet til begrepet. I denne oppgaven vil jeg argumentere for at bruken og meningen som er knyttet til 'maya', er avhengig av i hvilken kontekst det brukes innen.

Mayasivilisasjonens fremvekst

Det er problematisk å nøyaktig fastslå når, hvor og hvordan mayasivilisasjonen oppsto. Den rådende teorien blant forskere er at "mayatradisjonen" etablerte seg som en syntese av flere tradisjoner fra olmekisk kultur som vokste frem ved Mexicogolfen rundt 1400 f.Kr. (Ekern og Bendiksby 2001: 9). Over de kommende århundrene forekom det en jevn befolkningsvekst og en spredning av mayatalende grupper fra det guatemalanske høylandet til et større område i "El Mundo Maya" (mayaverdenen). Dette var forhold som førte til økt kontakt mellom mayagruppene, noe som både resulterte i handelsallianser og krigføring. Mye tyder på at handelsrelasjonene etter hvert mistet sin betydning, og at det utviklet seg en maktkamp mellom de største bystatene. Mellom 250 e.Kr. og 700 e.Kr. var perioden da mayasivilisasjonen nådde sitt absolutte høydepunkt, og forskere regner med at befolkningen vokste til over tre millioner. Gradvis vokste det frem en tydeligere hierarkisk samfunnsstruktur med distinkte klasser og stratifiserte roller. Eliten var representert ved de adelige, vitenskapsmenn og prester. Deretter fulgte den store majoriteten av befolkningen, som var håndverkere, jordbrukere og krigere, og nederst kom slavene. Tikal, Kaminaljuyú, Calakmul, Copán (i dagens Honduras) og Palenque (i dagens Mexico) inntok alle roller som autonome bystater, og de hadde flere bosetningssamfunn som falt inn under deres maktinnflytelse. Befolkningsveksten ledet også til en vitenskapelig, kunstnerisk og arkitektonisk oppblomstringstid. Det ble igangsatt storstilte konstruksjoner av monumentale tempelbyer, pyramider, himmelobservatorier og andre monumenter. De ble ofte dekorert med hieroglyfer som kunne representere historiske hendelser, legender og myter som var av betydning for mayaenes livssyn. Mayaene akkumulerte spesielt en stor kunnskap innen matematikk og astronomi. Spesielt var observasjon av tid viktig i planleggingen av jordbruket og for markeringen av religiøse seremonier og ritualer. Deres astronomer gjorde observasjoner og formulerte prediksjoner om astronomiske fenomener millioner av år inn i fremtiden med stor presisjon.

Etter 800 e.Kr. forekom det en resignasjon og fraflytting fra de store maktsentrene. I Copán skjedde dette 822 e.Kr, i Tikal 869 e.Kr. og i Uaxactun 889 e.Kr. Etter omkring 900 e.Kr. forskjøv makten seg gradvis nordover til Yucatán-halvøya i dagens Mexico, der itzáene, toltekerne og putunene etter hvert ble de nye dominerende gruppene. Det forekom også en stor tilbakegang i folketallet, og selv om nye byer og grupperinger ble etablert, nådde mayasivilisasjonen aldri det samme nivået. Det har blitt fremsatt en rekke teorier for å forklare den underliggende årsaken til den klassiske mayasivilisasjonens ”sammenbrudd”. Det var neppe noen enkeltstående årsak til dette, og teorier som angir tørke, pest, jordskjelv, klasseopprør, krig, barbariske invasjon, matmangel og migrasjon som potensielle forklaringsårsaker, florerer. I motsetning til de to andre prekolonialske sivilisasjonene i Latin-Amerika, Azteker- og Inkariket, eksisterte det aldri en enhetlig mayastat. I den grad en kan snakke om enhet og forbindelse var det heller på et kulturelt, religiøst og kunstnerisk nivå fremfor på et politisk nivå (jf. Schackt 2001).

Den spanske erobringen av Guatemala

I etterkant av Aztekerrikets undergang i Mexico i 1523, ble den spanske conquistadoren Pedro de Alvarado og hans 620 menn sendt sørover for å erobre det som i dag utgjør Guatemala. Det var en rekke faktorer som lå til grunn for at spanjolene lyktes. Under denne perioden var det interne stridigheter mellom de ulike mayagruppene, en rekke epidemier hadde allerede redusert mayabefolkningen betydelig, og militært sett var spanjolene overlegne. De spanske conquistadorene innså raskt at rikdommen i Guatemala lå i den fruktbare jorden og den arbeidsressursen som mayaindianerne utgjorde. Spanjolene innførte privat eiendomsrett, og mayaindianerne, som tradisjonelt hadde hatt sin tilhørighet rettet mot familien og fellesskapet, ble presset til å utøve lojalitet overfor den fremmede kolonimakten. Spanjolene var nådeløse mot sine nye undersåtter. Alt fra templer via kunst til skriftlig materiale fra den tidligere så stolte mayasivilisasjonen ble redusert til aske. Religion var en viktig del av den spanske erobringen, og conquistadorene brakte med seg misjonærer som forsøkte å etablere kristendommen blant mayabefolkningen. Under disse betingelsene måtte mayagruppene praktisere sin tradisjonelle kultur og religion skjult for å ikke bli henrettet. Denne formen for motstand mot spanjolenes strenge regime kan bidra til å forklare de mange religiøse, språklige, sosiale og kulturelle forskjellene som fortsatt eksisterer i dagens Guatemala. Spanjolenes dramatiske entré medførte også til klarere hierarkisk

samfunnsstruktur som skulle markere begynnelsen på nesten 500 år med undertrykking av den mayaindianske befolkningen i landet.

Guatemala i nyere tid

På 1800-tallet var Guatemala involvert i et regionalt politisk fenomen som kom til å forandre retningen på den latinamerikanske historien, og i utgangspunktet var det politiske hendelser i Europa som spilte nøkkelrollen for dette. Napoleon Bonapartes angrep på det spanske riket svekket landets kontroll over dets fjerntliggende kolonier, hvor det hadde vokst frem et dypt ønske om uavhengighet. I 1821 oppnådde flere latinamerikanske land uavhengighet fra Spania, og frem til Guatemalas selvstendighet i 1839 inngikk landet i "Mellom-Amerikas Forente Stater", som var en føderasjon bestående av de seks mellomamerikanske landene. På tross av løsrivelsen fra kolonimakten var på mange måter de hierarkiske strukturene allerede befestet i det guatemalanske samfunnet. Det var *peninsulares* (spanjoler født i Spania) og *criollos*, (spanjoler født i Guatemala) som utgjorde henholdsvis over- og middelklassen. Deretter fulgte *mestisene* (som i Guatemala er kalt *ladinos*), mens det nederste trinnet på rangstigen fortsatt var forbeholdt den mayaindianske befolkningen (Ekern og Bendiksbj 2000: 11). Selv om mayaindianerne juridisk sett var frie, hadde de gjennom innføringen av den private eiendomsretten mistet rettighetene til store jordområder som før kolonitiden hadde tilhørt deres forfedre.

Frem mot 1900-tallet var de politiske forholdene i Guatemala kjennetegnet ved en langvarig maktkamp mellom den konservative og liberale delen av borgerskapet. I perioden mellom 1944 og 1955 fulgte "den demokratiske vår", hvor sosiale reformer skulle skape forandringer som skulle komme hele landets befolkning til gode. I 1951 lanserte datidens president Jacobo Árbenz Guzmán en omfattende jordreform, som på tross av gode intensjoner, kom til å bli en av de bakenforliggende årsakene til 36 år med sammenhengende terror og borgerkrig. Det ble nemlig bestemt at en del av den ubrukte jorden til det amerikanske fruktselskapet "UFCO" (United Fruit Company) skulle eksproprieres og fordeles på landets mange fattige bønder. Den politiske utviklingen i Guatemala tiltrakk seg stor oppmerksomhet i USA, fordi Den kalde krigen nå var i startfasen, og amerikanerne fryktet at kommunismen ville få grobunn i deres egen "bananrepublikk". Det endte med at CIA i 1954 støttet et statskupp som fjernet den demokratisk valgte Guzmán og satte inn

Carlos Castillo Armas, som hadde en langt mer amerikanskvennlig politikk. CIA anbefalte den nye guatemalanske regjeringen å slå hardt ned på politiske aktivister, fagforeninger og mayaindianske bønder, som den amerikanske etterretningen mente var potensielle trusler mot den ”nye orden” i landet. I de følgende tiårene utviklet Guatemala seg i retning av et brutalt militært diktaturstyre. Perioden var preget av svært begrenset ytringsfrihet, vold og korrupsjon. Gradvis vokste det frem en stor misnøye blant majoriteten av befolkningen, som den nye regjeringen ikke tjente. Det var i denne politiske konteksten at det vokste frem væpnede revolusjonære bevegelser i landet. I 1962 ble landets første geriljaorganisasjon dannet (Fuerzas Armadas Rebeldes), som besto av en gruppe yngre venstreorienterte offiserer innen militæret. Deres forsøk på et statskupp samme år mislyktes, men det genererte dannelsen av nye grupperinger av geriljabevegelser med ulike baser i landet som klargjorde seg for et endelig oppgjør med den stadig mer undertrykkende staten. Dermed var borgerkrigen et faktum. Antikommunistiske regjeringsstyrker og paramilitære enheter kjempet mot fire venstreorienterte geriljagrupper, der sistnevnte dannet det politiske partiet ”URNG” i 1982.¹¹ I et forsøk på å eliminere all motstand sendte regjeringen beryktede dødsskvadroner som destruerte alt som kom i deres vei. Gjennom terror, massakrer og masseflukt klarte den militante regjeringen å holde opprøret under kontroll. Under borgerkrigen antas det at opptil 250 000 personer døde, 1 500 000 personer ble tvunget på flukt, og 500 landsbyer ble tilintetgjort. Under fredsprosessen ble ”CEH” (The Commission for Historical Clarification) etablert i Oslo 23. juni 1994, med den intensjon å få dokumentert hva som hadde skjedd under borgerkrigen. Etter to år med etterforskning konkluderte ”CEH” at regjeringen og militærvesenet sto for hele 93 % av de overtredelsene av menneskerettighetene som hadde forekommet under borgerkrigen. Som så ofte før i landets historie var det mayabefolkningen det gikk verst utover under borgerkrigen, og ”CEH” slo fast at 83 % av ofrene var mayaindianere. De høye tallene på drepte mayaindianere skyldes at opprørsstyrkene hadde flere av sine baser på høylandet, hvor majoriteten av de fastboende var mayaindianere. Mayaindianerne ble på den måten stemplet av regjeringen som geriljamedlemmer, noe et fåtall av dem faktisk var. I ”CEHs” utarbeidelse heter det at den guatemalanske staten intensjonelt var delaktig i folkemord mot mayabefolkningen.

¹¹ Som om ikke borgerkrigen i seg selv medførte nok lidelse, ble landet i tillegg rystet av et kraftig jordskjelv i 1976, som drepte 25 000 mennesker og gjorde nærmere 200 000 hjemløse.

I 1992 ble Rigoberta Menchú belønnet med Nobels fredspris for sitt bidrag til å bringe internasjonal oppmerksomhet mot folkemordene mot mayabefolkningen i Guatemala. Og endelig, etter 36 år med krig og lidelse, kom 29. desember 1996 som en dag for håp om varig fred og rettferdighet. Etter en lang fredsarbeidsprosess ble en rekke fredsavtaler nedtegnet, som skulle bidra til å bygge et demokratisk og mer rettferdig Guatemala. En rekke reformer og lover skulle restrukturere landets administrasjon, endre lovsystemet og forbedre livssituasjonen for landets befolkning. I den anledning ble ”MINUGUA” (FNs fredskommisjon i Guatemala) etablert for å hjelpe i arbeidet med implementeringen av de administrative og konstitusjonelle forandringene som skulle foretas på bakgrunn av de nye fredsavtalene.

Et tiår etter fredsavtalene står Guatemala fortsatt overfor et sett av komplekse sosiale, politiske og økonomiske utfordringer. Det forekommer fortsatt politisk og økonomisk motiverte kidnappinger, trusler og drap mot journalister, prester, rettsdommere og menneskerettsforkjempere. I motsetning til under borgerkrigen er det ikke lenger selve staten som begår disse forbrytelsene, men det som i Guatemala er kjent som ”el poder paralelo” (den skjulte maktstruktur). Likevel kan disse maktstrukturene hevdes å være en arv fra den væpnede borgerkrigs konflikten. I Guatemala assosieres nemlig ”den skjulte maktstruktur” både med tidligere militærskikkelser og innflytelsesrike personer innen næringslivet som har infiltrert og posisjonert seg innad i regjeringen, hvor deres innflytelse og interesser gjennomsyrrer hele landets politiske system. Disse forholdene har svekket folks tillit til politikere, politivesen og rettssystemet. Denne manglende tiltroen til det politiske systemet i Guatemala reflekteres også i den nasjonale valgdeltakelsen, da det i 1994 bare var 20 % av velgerne som avla stemme.

Forutenom den politiske situasjonen i Guatemala har også landets økonomi lenge vært preget av ustabilitet. Historisk sett har Guatemalas økonomi vært knyttet til eksport av kaffe, sukker, bananer, krydder og kjøtt. Dette har ført til at økonomien har vært svært sensitiv overfor de internasjonale priskonjekturane på disse eksportartiklene. Verdensbanken mente de økonomiske tilstandene var så ille i landet at de i 2005 tildelte Guatemala tittelen som Latin-Amerikas rekordholder i sosial ulikhet.¹² Dette på bakgrunn av dystre tall som viser at

¹² Kilde: *Prensa Libre* 14. mars 2005.

73 % av befolkningen lever under fattigdomsgrensen, og at det er 34 % analfabetisme og 40 % arbeidsledighet i landet. I tillegg viser statistikken at 2 % av Guatemalas befolkning kontrollerer 57 % av landets jordressurser, noe som har bidratt til å opprettholde den store sosiale ulikheten. Det er riktignok knyttet forventninger til at Óscar Berger (dagens president) vil forbedre det politiske og økonomiske vekstklimate i landet. Sentralt i den sammenheng er den omfattende frihandelsavtalen "CAFTA", som ble underskrevet av USA og de mellomamerikanske landene i 2003. Hva angår Guatemalas økonomiske utvikling har også den internasjonale turismens fremvekst etter borgerkrigen vært av stor betydning for landet. I dag er turismen en av landets viktigste økonomiske institusjoner, og spesielt blant mange mayaindianere blir turismen ansett som en mulighet for å oppnå større økonomisk trygghet og kulturell selvbestemmelse. Turismen har også lagt grunnlaget for en voldsom popularisering av mayaindiansk kultur, som Linda Green (1999) beskriver i forhold til oppblomstringen av mayaindianske tradisjoner knyttet til bruk av klesdrakt (*traje* og *huipil*)¹³, og representert ved en økt produksjon av ulike tradisjonelle håndverksprodukter. Som besøkende i Guatemala må du nesten med nødvendighet bli tiltrukket av landets skjønnhet. På tross av at turistene av ulik grad er innforstått med landets store sosiale problemer, så er det ikke dette Guatemala de besøker. Dette er forhold ved landet som sjelden blir beskrevet i turistlitteraturen, samtidig som turistindustrien i landet utspiller en viktig rolle i å avskjerme turistene fra å bli konfrontert med fattigdom ved konstruksjonen av veletablerte turistløyper og turistmål.

¹³ *Traje* er det tradisjonelle antrekket blant mayaindianere. Det er tre grunnleggende bestanddeler i en kvinnelig mayaindiansk *traje*; 1) *Huipil* er et håndlaget bluseantrekk. Det er det mest øyensynlige og symbolske aspektet ved den mayaindiansk kulturen. Plaggets stedstilhørighet kan bestemmes ut i fra broderiet, fargene, designet og formen. 2) *Corte* er det broderte skjørtet. 3) *Faja* er beltet som knyttes rundt skjørtet. Eventuelt tilbehør er *tocado* (hodepryd), *tapado* (sjal), *lantar* (forkle) og *alhajas* (smykker) (Fischer og Hendrickson 2003).

2. Guatemala som et 'levende historisk museum'

Innledning

I det antropologiske studiet av turisme har det vært en tradisjon for å beskrive konstruksjonen av turistmål (Bruner 1996, Castañeda 1996, Little 2004a). Denne forskningen viser blant annet hvordan turistindustrien kan legge visse føringer på hvordan turistene beveger seg gjennom turistløyper og museumslignende rom. Konstruksjonen av turistmål er likevel kjennetegnet som komplisert, fordi det er vanskelig å fullstendig kontrollere representasjoner av kultur og historie. Walter E. Little skriver: "Tourists may see beyond the construction, play with it, deny it, and offer counterexplanations based on gender, class, ethnic, and other subject positions" (ibid 2004a: 41). I dette kapittelet vil jeg aktualisere de ovennevnte temaene gjennom å diskutere turistindustriens forvaltning av kultur og historie knyttet til dannelsen av turistmål i Guatemala. Jeg vil først beskrive bakgrunnen for fremveksten av den internasjonale turismen i landet, og hva som kjennetegner turismen i Guatemala i dag. Deretter vil jeg forankre diskusjonen til merkevarebyggingen av Antigua som turistmål. I den anledning vil jeg fokusere på den omstridte forvaltningen av byen, og de ulike oppfatningene om historie og autenticitet som oppstår i møtet mellom turistindustrien, mayaindianere og internasjonale turister i Antigua.

Den internasjonale turismens framvekst i Guatemala

Den internasjonale turismens omfang i Guatemala har økt betydelig etter at borgerkrigen tok slutt i 1996. Bare i tidsrommet mellom 1984 og 2006 ble antallet turister over sjudoblet, fra 192 000 til omkring 1 500 000 besøkende turister i året.¹⁴ Økningen av turister må sees i sammenheng med den økte sikkerheten, den forbedrede infrastrukturen og den omfattende markedsføringen av landet. Nedenfor vil jeg beskrive turistindustriens rolle som institusjonell tilrettelegger for turismens framvekst, samt dens rolle i konstruksjonen av

¹⁴ Disse tallene mottok jeg fra "INGUATs" kontor i Antigua.

Guatemala som et 'levende historisk museum'. I den anledning ønsker jeg å diskutere de prosessene som har ført til dannelsen av bestemte turistmål og veletablerte turistløyper, og ledingen av turistene gjennom disse løypene i Guatemala. Det som kjennetegnes ved Guatemala som et 'levende historisk museum' er at samspillet mellom de internasjonale turistene, turistindustrien og mayaindianerne ofte forekommer innen en konstruert, iscenesatt og stadig bevegelig grensesone (Bruner 1996). Turismen i Guatemala er konsentrert til relativt få, men til gjengjeld veldig populære og godt besøkte turistmål. Over de siste tiårene har turistindustriens promotering av turistmål i all hovedsak vært sentrert rundt arkeologi, arkitektur og historie som overordnede temaer. På den måten har turistindustrien bidratt til å skape et eget og tildels avgrenset turistifisert univers, tilrettelagt slik at turistene får se mayakultur, kolonialske arkitektur og arkeologiske attraksjoner på sin reise gjennom landet. De mest populære turistattraksjonene i Guatemala er derfor ingen tilfeldig samling av materiell og kulturell historie. I denne temafokuserte promoteringen har "mayakultur" blitt helt sentralt virkemiddel i markedsføringen. Således har fortiden blitt forsøkt rekonstruert for nåtiden, for å bli konsumert innen den internasjonale turismen. Elizabeth Bell¹⁵ uttrykte seg i den anledning slik i et intervju: "I Guatemala er 'maya' et magisk ord for turistene og et maskineri innen turismen som får pengene til å sirkulere [...]". Historie er altså et av de mest dominerende temaene i turistdiskursen om Guatemala, som gjør at både steder og mayaindianere ofte blir vurdert ut ifra visse oppfatninger om historisk autentisitet. Denne tematiske markedsføringen og graderingen av historisk autentisitet manifesterer seg blant annet på hjemmesiden til "INGUAT". Den nasjonale guatemalanske turistorganisasjonen deler landet inn i sju tematiske kategorier, som på mange måter samsvarer med hvordan guidebøker og internasjonale turister konseptualiserer landets regioner gjennom visse essensialistiske trekk.¹⁶ Den nordligste delen av Guatemala bærer tittelen "Adventure in the Maya World". Her ligger nasjonalparken Tikal, som blir representert som mayasivilisasjonens arnested, og som den arkeologisk mest interessante regionen hvor turister kan oppleve gamle mayaruiner.¹⁷ Den sentrale delen av Guatemala blir markedsført som "Natural Paradise", hvor turistene kan få unike naturopplevelser på grottevandringer,

¹⁵ Elizabeth Bell er utdannet kulturhistoriker og eier sitt eget reisebyrå i Antigua. Hun vil bli presentert senere i oppgaven.

¹⁶ Kilde: www.visitguatemala.com

¹⁷ Nasjonalparken Tikal er en av de mest populære turistdestinasjonene i Guatemala, med opptil 1500 besøkende hver dag i høysesongen.

jungelturer og vulkanekskursjoner. Landets østkyst blir delt inn i to regioner, ”A Different Caribbean”, hvor turistene blant annet kan innta feriemodus på de tropiske strendene i Livingston, og ”A Guatemala to Discover”, som inntil nylig har slitt med rekrutteringen av turister på grunn av manglende særpreg og attraksjoner som har samsvart med turistindustriens historie-baserte markedsføring. Den sørlige kysten av Guatemala har merkelappen ”The Pacific Coast”, som fremstilles som et avslappet badeparadis. Vestkysten av landet samt deler av det sentrale høylandet har tittelen ”The Living Indigenous Highlands”. I turistdiskursen representeres denne regionen som innehaver av det sterkeste uttrykket for ”autentisk mayakultur” i dagens Guatemala. Antigua faller inn under kategorien ”Guatemala Modern and Colonial”, og blir fremstilt som en slags tidsmessig gråsoner hvor elementer fra kolonitiden og nåtiden overlapper hverandre.

Over de siste tiårene har Antigua, Chichicastenango, Lago de Atitlán og Tikal blitt promotert som landets ”historiske skatter”. I *Lonely Planets* guidebok for Guatemala blir Tikal fremstilt slik: “a must-see for any visitor [...] which beholds Guatemala’s supreme relic of ancient Mayan civilisation (Noble og Forsyth 2004: 3). I samme bok blir Chichicastenango beskrevet som følger: “A place where you can loose yourself in the huge market, witness authentic Mayan Rituals” (ibid 2004: 5). En dag jeg skulle reise til Chimaltenango, ble jeg spurt både av bussjåføren og en pensjonert turistguide om jeg hadde gått på feil buss. De kunne ikke skjønne hva jeg, en tilsynelatende utenlandsk turist, skulle gjøre i Chimaltenango. Siden dette var en torsdag, trodde de at jeg hadde forvekslet Chimaltenango med Chichicastenango, hvor det hver torsdag og søndag er markedsdag.¹⁸ Dette fører til at en stor strøm av turister forflytter seg gjennom turistløypene for å oppleve hva som i over femti år har blitt promotert som det mest autentiske mayaindianske markedet i hele Guatemala. Av de nærmere hundre reiseselskapene som eksisterer i Antigua, arrangerte nesten alle skreddersydde pakketurer til Chichicastenango på disse markedsdagene. Dette tilrettelegger for en leding av turistene mellom turistmål, og en sosial organisering av reisen som Lash og Urry (1994) anser som en del av den vareproduserende kapitalismen.

¹⁸ I motsetning til Antigua og Chichicastenango, blir Chimaltenango verken promotert av turistindustrien, nevnt i turistbøker eller besøkt av turister. På tross av at Chimaltenango er langt større enn Antigua både geografisk og befolkningsmessig, står den ikke oppført i stikkordsregisteret i *Lonely Planet* (Forsyth og Noble 2004) eller i *Turen går til Guatemala* (Loumann 2002).

I kontrast til Chichicastenango blir ikke Antigua promotert på bakgrunn av ”autentiske markeder” eller ”ekte mayakultur”. Antigua omtales heller som en by med en slags kosmopolitisk atmosfære i en kolonialsk setting, som i følgende tekstutdrag fra *Lonely Planet*:

Many seasoned Guatemala travellers head straight to Antigua from Guatemala City airport. The city has a pan-international feel, being among the most popular Latin American cities for studying Spanish, with around 75 schools. It's particularly thronged with gringos from June to August, and you can dine in French restaurants or watch football from home on TV any day. But Antigua is still, in its own way, Guatemalan (Noble og Forsyth 2004: 76)

Som jeg senere vil diskutere, får disse representasjonene av Antigua følger for hvordan ’autentisitet’ blir oppfattet, omstridt og forhandlet i møtet mellom turistindustrien, internasjonale turister og mayaindianere i Antigua. Foruten at de ovennevnte stedene utgjør de mest populære turistmålene blant internasjonale turister i Guatemala, er de også bestanddeler av det veletablerte turistrutenettet *La Ruta Maya*, som omfatter turistmål og attraksjoner i de mellomamerikanske landene. Det finnes også egne guidebøker for *La Ruta Maya*, deriblant *Guatemala, Belize and Yucatán: La Ruta Maya* (Brosnahan 1994).

I tillegg til å konstruere visse turistmål, bidrar turistindustriens veletablerte turistløyper også til skjerme turistene fra å bli konfrontert med dimensjoner som kan underbygge Guatemalas tittel som Latin-Amerikas rekordholder i sosial ulikhet. Den internasjonale turismen i Guatemala har historisk sett vært svært sensitiv overfor politisk ustabilitet, som eksempelvis under borgerkrigen. Derfor er det satt inn store økonomiske og politiske ressurser for å beskytte turistene, og skjerme dem fra kriminalitet og konflikter. I 1996 ble det etablert et eget turistpoliti i landet, som skal forebygge kriminalitet mot turistene gjennom å være tilstedeværende og synlig på turiststedene. Guidebøkene beskriver i ulik grad Guatemalas voldelige historie og landets nåtidige problemer. I *Lonely Planet* står det skrevet følgende under overskriften ”Dangers and annoyances”: ”No one could pretend that Guatemala is a very safe country. There are just too many stories of robbery [...] Rapes and murders of tourists have also happened” (Noble og Forsyth 2004: 277). I guidebøkene står det ofte beskrevet hvordan turistene bør spre sine verdisaker, reise i følge med andre turister, og unngå å oppsøke bestemte steder. I tillegg bidrar guider, vertsfamilier og andre aktører innen turistindustrien med å gi sikkerhetsråd til turistene. For alle disse aktørene er den internasjonale turismen en viktig økonomisk institusjon, og derfor er turistenes sikkerhet og

tilfredshet svært viktig for dem. Det var mange av mine turistinformanter som bevisst ikke besøkte utkikkspunktet Cerro de la Cruz eller Mercado de Artesanías i Antigua, nettopp fordi de har blitt beskrevet og omtalt som farlige områder. Mine informanter på håndverksmarkedet Mercado de Artesanías var svært opptatt av å endre denne oppfatningen, og de hadde derfor blant annet ansatt sikkerhetsvakter. De fleste turistene jeg var i kontakt med i Antigua, hadde få bekymringer for å bli utsatt kriminelle handlinger. De anså seg selv som trygge. Rettere sagt, det gjorde de inntil påsken 2006, da kriminalitet inntok det ”turistifiserte utopia”. Foruten de omtrent 500 000 turistene som kommer for å overvære den spesielle påskefeiringen i Antigua, er dette også en høytid for kriminelle gjenger som kommer til byen. I løpet av påsken ble fem av mine turistinformanter utsatt for ulike overfall. Tre av dem ble utsatt for lommetyveri, mens to ble truet med skytevåpen og frastjålet penger, kameraer og andre verdisaker. Foruten mine turistinformanters opplevelser spredte det seg flere slike historier blant turistene i Antigua i påsken. Mange følte seg plutselig utrygge i byen, og sikkerhet og kriminalitet ble et stort samtaleemne. Det var i denne sammenheng at den storstilte sikkerhetskampanjen ”Antigua exige seguridad” (Antigua krever sikkerhet) ble initiert av turistindustrien, butikker og næringslivet i byen for å gjenopprette sikkerhets- og trygghetsfølelsen. På bakgrunn av ivaretagelsen av turistenes interesser kan på mange måter turistindustrien anses som turistenes omsorgsfulle ”surrogatforeldre”, som forsøker å beskytte turistene mot den ”harde virkelighet” (Turner og Ash 1975).

Turistindustrien er også en institusjon som bidrar til å gjøre kultur og historie lettere tilgjengelig for å bli konsumert av turistene gjennom tilretteleggingen av møter med ’de eksotiske andre’. Det er også interesser utenfor Guatemala som har forsøkt å utnytte landets historiske monumenter kommersielt gjennom turismen. Deriblant beskriver Peter Hervik hvordan *The National Geographic Society* har vært en sentral institusjon i forhold til promoteringen av turismen i landet. I perioden mellom 1925 og 1975 finansierte de 68 arkeologiske prosjekter knyttet til mayasivilisasjonen i Guatemala og Mexico, og publiserte nærmere 40 artikler om mayakulturen. Hervik skriver: “[The National Geographic Society] expend much energy creating a connection between contemporary Mayas and the ruins in a timeless, a historic framework that could boost tourism” (ibid 1999: 178). I forlengelsen av diskusjonen over mener jeg at mayaindiansk kultur og historie har blitt en vare innen turismen i Guatemala, hvor autenticitet har blitt institusjonalisert av turistindustriens kommersielle krefter som utøver stor definisjonsmakt gjennom tilrettelegging, produksjon

og autorisering av ”autentisk mayakultur”. Dermed kan turistindustriens rolle innen den internasjonale turismen i Guatemala hevdes å være som en kulturell kurator.

Internasjonale turister i Guatemala

”By following the tourists, we may be able to arrive at a better understanding of ourselves” - (Dean MacCannell 1975: 5)

Turisme innebærer en bevegelse av mennesker gjennom en form for temporær nomadisme, hvor turistene beveger seg ut av sitt normale liv og sosiale kontekst. De internasjonale turistene som kommer til Guatemala, må krysse mange grenser, som deriblant involverer nasjonale, kulturelle og språklige grenseoverskridelser. Nå er det riktignok ikke bare slik at de internasjonale turistene kommer til et land preget av sosiokulturell kompleksitet, dette er også noe turistene bidrar til i kraft av heterogeniteten innad i turistgruppen (Cohen 1974). Mitt nettverk av turistinformanter utgjorde en svært sammensatt gruppe hva angår alder, nasjonalitet, yrke og utdanning, formål for reisen samt oppfatninger av og kunnskap om mayaindiansk kultur og historie. På bakgrunn av den foreliggende heterogeniteten innad i turistgruppen er det problematisk å referere til begrepet ’turist’ uten å først gjøre rede for kategoriens spennvidde. Tankevekkende var det også at flere av turistene jeg møtte, ikke var fortrolige med å kalle seg selv ’turister’, på bakgrunn av deres negative assosiasjoner til begrepet. De omtalte heller seg selv som ’reisende’, ’utforskere’ eller ’eventyrere’.

Ut fra kontakten med mine medstudenter fra språkskolen og andre turister i Antigua fant jeg noen beveggrunner som enten alene, eller i kombinasjon med hverandre, lå som en slags motivasjon bak å reise til Antigua. Fascinasjon og nysgjerrighet overfor å erfare en annen kultur og nye steder var en felles drivkraft for alle mine turistinformanter. Mange ønsket også å lære seg spansk, noe de mange språkskolene i Antigua ga mulighet for. Noen turister hadde også kommet til Antigua for å engasjere seg i en eller annen form for frivillighetsprosjekt. De mest vanlige grunnene var knyttet til ”å møte andre personer”, ”å se og erfare andre kulturer”, ”å forstå verden bedre” og ”å realisere drømmer”, mens andre henviste til det Finn Kalvik synger om som å ”finne seg sjæl”¹⁹. Noen turister vektla også at

¹⁹ Finn Kalviks viseklassiker ”Finne meg sjæl” var hans platedebut i 1969.

de likte å bli ansett som velbereiste, og slik kan reisen også være en metaforisk bevegelse i forhold til klasse og klassesdistinksjon (Bourdieu 1984).

For den store majoriteten av mine turistinformanter var flyplassen La Aurora i Guatemala by inngangsporten til Guatemala. Foruten noen få håndverksselgere som står utenfor inngangen til flyplassen, ble det første møtet med Guatemala ansett som lite eksotisk blant turistene. Hovedstaden ble ofte beskrevet som en ”typisk storby”, med millioner av innbyggere, transnasjonale selskaper, tungtrafikk og kriminalitet. Stine, en av mine norske turistinformanter, uttalte seg slik da vi sto på utkikkspunktet Cerro de la Cruz og speidet utover Antigua: ”Det er bra at Antigua ikke er hovedstaden lenger, byen ville jo blitt maltraktert på fem minutter, Guatemala by ser jo ikke ut.” Mange turister reiste direkte fra flyplassen til andre turistmål i landet. For disse turistene ble Guatemala by dermed et slags springbrett ut i de mer eksotiske turistmålene i de guatemalanske turistløypene. For mange ble Antigua første stoppested og attraksjon på rundturen gjennom Guatemalas ’levende historiske museum’.

Bybeskrivelse av Antigua

Antigua ligger i det frodige dalføret Panchoy, og er med sine 1500 meter over havet lokalisert mellom de tre vulkanene Agua, Acatenango og Fuego som omkranser byen som en majestetisk bymur. Byen har en karakteristisk kolonialsk bystruktur med et kvadratisk nettverk av gater. Ut ifra byens midtpunkt, Parque Central, springer det åtte gater fra nord til sør som kalles ”avenidas”, og åtte gater fra øst til vest som heter ”calles”. Hvis femte og sjette ”avenue” kan sies å utgjøre byens ryggrad, er på mange måter Parque Central byens hjerte, og spesielt pulserende i helgene. Historisk sett har Parque Central blitt brukt til alt ifra tyrefekting og hesteveddeløp til offentlige henrettelser og markedsdager. I dag er parken først og fremst et grønt rekreasjonsområde, og en slags kulturell grensesone hvor byens lokalinnbyggere (antigüeños), nasjonale og internasjonale turister, språkstudenter, frivillighetsarbeidere, skopussere, turistpolitiet, mayaindianske selgere og antropologer møtes. Fra parken er det omkring 15 minutters gåavstand til byens nordlige, sørlige, østlige og vestlige bygrenser. Antigua er altså en liten by som de fleste nyankommende har god oversikt over etter bare et par dager. Den norske turisten Magnus mente du måtte være

”mindre begava” hvis du klarte å gå deg vill i Antigua. Det er for øvrig også mulig å forflytte seg i byen med de små motoriserte mopedtaxiene, ”tuk tuk” og med hest og kjerre.

Øst for parken ligger en av Antiguas mest kjente kolonialske bygninger, Catedral de Santiago. På sørsiden av Parque Central ligger ”INGUATs” turistkontor. Her er det mulig for turister å stille spørsmål, få anbefalt turistmål, reisebyråer og språkskoler. Hos den nasjonale turistorganisasjonen er det også et eget rom med brosjyrer om ulike butikker, reisebyråer, frivillighetsprosjekter og kulturtilbud som finnes i byen. Turistinformasjonen deler også ut kartet ”La Antigua Guatemala: Interesting Places”, hvor det er beskrevet og markert de mest populære markedene, museene og kirkene, samt en opptegnet løype for å komme til disse stedene. På vestsiden av parken ligger noen av byens mest populære internettkaféer og spisesteder, deriblant Café Condesa. Langs den vestlige bygrensen ligger Mercado de Artesanías, hvor jeg utførte deler av feltarbeidet, og byens bussterminal. Herfra går det busser til flere nærliggende byer som Guatemala by, Jojotenango, Ciudad Vieja, Santa María de Jesús og San Antonio Aguas Calientes. Ved bussterminalen ligger også det store utendørsmarkedet El mercado municipal hvor det selges alt ifra brukte sykkelhjul til nyoppskårede mango og piratkopier av kjente klesmerker, som North Fake og Adihash. I nord ligger det populære utkikkspunktet Cerro de La Cruz som gir et opphøyd overblikk over byen. Foruten den fotogene utsikten fra utkikkspunktet får turistene mulighet til å få god oversikt og en ”kontrollfølelse” over byens geografiske grenser (Foucault 1979, Little 2004a). Herfra vil Antigua på bakgrunn av sin lokalisering i en dal, sin beliggenhet bak tre vulkaner, og sin kvadratiske gatestruktur, nærmest kunne fremstå som en mosaikk og som en lukket enhet. Likevel, når du beveger deg ned i byen, vil du raskt forstå at Antigua er en møteplass for en rekke paradokser, og hvor den kulturelle blandingen av ladinobefolkningen, mayaindianerne og de internasjonale turistene kan sees i dagliglivets mange aspekter.

I dag er Antigua et av Mellom-Amerikas mest populære turiststeder, en posisjon byen hovedsakelig har befestet gjennom storstilte preserverings- og markedsføringsprosesser av dens vakre og godt bevarte kolonialske arkitektur. Dette er ressurser som strategisk har blitt utnyttet i regjeringens, lokalpolitikernes og turistindustriens utstrakte merkevarebygging av byen. Etter å ha etablert et teoretisk rammeverk basert på David Harvey (2001) vil jeg redegjøre for hvordan denne merkevarebyggingen har utspilt seg i Antigua.

Merkevarebygging av Antigua: Et teoretisk fundament

That culture has become a commodity of some sort is undeniable
- (David Harvey 2001: 394)

David Harvey er opptatt av forholdet mellom kultur og kapital. Helt sentralt i hans fokus er potensialet for overføring av kapital som ligger i det å kontrollere et fenomen som i kraft av sin attraktivitet, autentisitet og unikhhet kan omgjøres til en vare. I den sammenheng introduserer han begrepet 'monopolfortjeneste'²⁰ som skal bidra i forståelsen av verdidannelse innenfor den moderne kapitalismens logikk. Hans innfallsvinkel er i likhet med Pierre Bourdieus kapitalbegrep en diskusjon om konvertering av verdi. Mens Bourdieu er mest opptatt av oversettbarheten mellom konkret verdi og personlige egenskaper, fokuserer Harvey på steders, objekter og fenomeners unikhhet som gjennom kommersialiseringsprosesser lar seg konvertere til økonomisk kapital. Harvey kan dermed hevdes å behandle kapital- og verdikonvertering mer på et makronivå enn Bourdieu. Harvey skriver: "Bourdieu, to whom we owe the general usage of these terms, unfortunately restricts them to individuals when it seems to me that the collective forms of relations might be of even greater interest" (ibid 2001: 405).

Innbakt i kapitalismens logikk mener Harvey det ligger en etterstrebelse etter monopolfortjeneste, noe som altså kan oppnås ved å kontrollere noe unikt. Gjennom historien mener Harvey at økonomien har løsrevet seg fra bruksverdifenomenet, og at kapitalen dermed har fornyet sine måter å opprettholde monopol og oppnå monopolfortjeneste på. Det økte omfanget av globaliseringsprosesser har ført til en større bevegelse av varer og mennesker, som dermed har veltet grunnlaget for det stedlig spesifiserte monopolet. Derfor har monopolkapitalen søkt nye arenaer for monopolfortjeneste, fordi den i en viss forstand ikke lenger er i stand til å dra nytte av romlig og territoriell eksklusivitet, som eksempelvis geografisk avstand og tollbarrierer. Innenfor rammene av den moderne kapitalistiske økonomien mener Harvey at det har vokst frem vilkår som har gjort at mange kulturelle fenomener, objekter og steder har fått en slags varekarakter. Han diskuterer blant annet Barcelona har blitt merkevarebygget som turistmål på bakgrunn av sitt særpreg. I den anledning viser Harvey at det ofte vil være mange

²⁰ Begrepet 'monopolfortjeneste' stammer fra marxismen og innebærer det fortjenestepotensialet en monopolist kan profitere på gjennom å være i besittelse av noe som anses som unikt og eksklusivt.

interesser på kollisjonskurs i bestemmelsen av hvilken forestilling som skal vektlegges i konstruksjonen av turistmål. Dette vil ofte føre til en pågående diskursiv maktkamp om hvordan en skal oppnå akkumulering av distinktivhet og kollektiv symbolsk kapital. Steder og kultur undergår dermed en slags strategisk merkevarebygging hvor urbant entreprenørskap og politiske utviklingsprosesser bidrar med å utforme steder. Det innebærer en strategisk tankegang hvor aktører kan benytte ulike kulturelle, historiske, tradisjonelle, arkeologiske, mytologiske og religiøse aspekter i markedsføringen. Riktignok er det noen uunngåelige motsetningsforhold som oppstår i en slik form for kommodifisering, og det er her monopolfortjenestens ”paradoks” aktualiseres. Harvey skriver:

The contradiction here is that the more easily marketable such items become, the less unique and special they appear. In some instances, the marketing itself tends to destroy the unique qualities [...] If monopoly rents are to be realized, then some way has to be found to keep commodities or places unique and particular enough (ibid 2001: 396)

La oss ta utgangspunkt i merkevarebyggingen av et sted som har til hensikt å øke turismen. For å øke turismen er stedet nødt til å utforme en slags lokal signatur, for uten et karakteristisk navnetrekk blir stedet på mange måter som et argument uten et resonnement i kampen om å tiltrekke turistene. Et unikt sted vil ha et stort fortjenestepotensial, men gjennom omfattende markedsføringsprosesser vil stedet i større grad bli kommersialisert og bevege seg i retning av en vare. En omfattende merkevarebygging kan derfor true stedets unikheter, som i utgangspunktet var grunnlaget for hele fortjenestepotensialet. Unikheten er altså nødvendig for at stedet skal bli ansett som tiltrekkende, men det er ikke mulig å gjøre fortjeneste på det unike så lenge det holdes utenfor den økonomiske markedssfæren. Markedet er altså nødvendig for å oppnå fortjeneste, men gjennom kommersialiseringsprosesser kan den unike karakteren spoles. Den store utfordringen i et slikt turistprosjekt ligger altså i å ikke bevege seg til noen av ytterpunktene på kontinuumet mellom det unike, hvor monopolfortjeneste blir umulig å oppnå, og kommodifiserte hvor stedets genuine verdi blir forringet.

Harvey har blitt kritisert for å behandle globalisering tilnærmet lik økonomi (Tsing 2002).²¹ En overfokusering på politiske og økonomiske prosesser vil ofte kunne gå på bekostning av fortolkningene og responsen på lokalt plan. Et slikt endimensjonalt fokus kan stå i fare for å utelate enkeltindividene, og de erfaringsnære beskrivelsene som antropologien etterstreber. I lys av denne kritikken, og ut ifra hvilke prosesser jeg ønsker å beskrive, mener jeg Harveys perspektiv kan finjusteres og anvendes mer fruktbart i et antropologisk øyemed gjennom en mer erfaringsnær og lokalt forankret tilnærming.²² Metodisk trenger det ikke være en motsetning mellom det å på den ene side se individers handlingsvalg, og på den annen side se de betingelsene individene handler under.

Nedenfor vil jeg gjøre rede for de mest sentrale hendelsene relatert til utviklingen, og (re)konstruksjonen av Antigua som en kolonialsk by og turistmål. I den anledning vil jeg basere presentasjonen på empiri jeg tilegnet meg gjennom kontakt med lokalpolitikere og personer innen turistindustrien i Antigua, samt skriftlige kilder.

(Re)konstruksjonen av Antigua: Et turistmål tar form

Antigua ble grunnlagt av spanske conquistadorer 10. mars 1543 under navnet Santiago de Guatemala, og ble i 1566 omdøpt til La muy Noble y muy Leal Ciudad de Santiago de los Caballeros de Goathemala (den meget noble og meget lojale byen Santiago av Guatemalas riddere). Byen var lenge en rik kronjuvel for den spanske tronen, og helt frem til de kraftige jordskjelvene i 1773 fungerte Antigua som landets hovedstad, og var et av Mellom-Amerikas politiske, økonomiske og religiøse sentre. Etter jordskjelvene i 1773 lå Antigua bokstavelig talt som en rystet og skadeskutt kjempe. I en av sine bøker om Antigua beskriver Elizabeth Bell hvordan disse jordskjelvene paradoksalt nok ”reddet” byen på lengre sikt, og implisitt har lagt grunnlaget for turismen og byens kolonialske unikheter:

²¹ Harvey understreker at det ikke bare er monopolkapitalen som er sentral overfor å definere steder og deres verdi. Deriblant er ”Porto Allegre- fenomenet” og anti-WTO bevegelser eksempler hvor det er mål om bærekraftig utvikling og forsvarlig ressursforvaltning som har preget beslutningsprosessen, framfor ønsket om økonomisk generering.

²² ’Glokalisering’ er vanligvis begrepet som benyttes for å omtale de lokale responsene og fortolkningene av globale prosesser og fenomener.

Mankind, in his haste for development, has consistently destroyed most vestiges of his past. Antigua was saved from such a fate by one of the ultimate natural forces: the 1773 earthquakes severed the relationship between man and an already great city. Renovation, development, and destruction all stopped at the peak of colonial splendor. Antigua lay dark and quiet, preserved from the onslaught of modern technology (ibid 2005: 29)

På tross av lokalbefolkningens og regjeringens standhaftighet overfor naturkatastrofene så de seg lei av å bruke store ressurser på å gjenoppbygge byen. Myndighetene bestemte derfor at byen skulle evakueres etter jordskjelvet i 1773, og hovedstaden ble flyttet til det som i dag utgjør Guatemala by. Etter evakueringen av Antigua ble lite gjort for å gjenoppbygge byen før omkring 1830. Da startet en omfattende kaffeproduksjon i nærområdet, og byen våknet gradvis til live etter nærmest å ha ligget som en ruin i nærmere 60 år. Dette resulterte i en gjenoppbygging av ødelagte historiske monumenter, hvor mayaindianske grupper fra omkringliggende landsbyer utgjorde arbeidskraften. Flesteparten av bygningene som eksisterer i dagens Antigua stammer fra tiden mellom 1650- og 1750-tallet, men disse har i ulik grad blitt restaurert og gjenoppbygd i årenes løp, siden Antigua statistisk sett har blitt rammet av ødeleggende jordskjelv hvert tjuende år. Hver gang byen har blitt rammet av katastrofer, har nye kunstformer blitt introdusert, deriblant inkorporeringen av europeisk inspirert barokk- og renessansekunst, som Bell omtaler som "earthquake baroque" (2005).

Til midten av 1900-tallet forble Antigua en relativt rolig og glemt by. Det var i forkant av byens 400-års jubileum i 1941 at Antigua ble gjenoppdaget og begynt (re)konstruert. I den anledning ble det igangsatt en storstilt restaurering av byens kolonialske arkitektur. I 1944 utnevnte Jorge Ubico Castañeda (datidens president) Antigua til et "nasjonalt monument", noe som betydde at byen skulle bli forsøkt "vernet" mot endring for å bevare byens særpreg. Fra nå av ble bevaringen av Antigua et nasjonalt prosjekt så vel som et lokalt anliggende. Regjeringen utnevnte en egen komite bestående av historikere, arkitekter og advokater som fikk ansvaret for restaureringsarbeidet ved alle de monumentale bygningene og ruinene i Antigua. I 1965 ble Antigua i tillegg, som en av de første byene i Mellom-Amerika, utnevnt til "A Monumental City of the Americas" av det mellomamerikanske instituttet for historie og geografi. Dette medførte en enda mer konservativ retning innen lokalpolitikken i Antigua. Samtidig var denne utformingen av Antiguas kolonialske unikhet noe som gradvis begynte å tiltrekke seg et økt antall nasjonale og internasjonale turister på 1960-tallet.

Kulturkonserveringen av Antigua ble plutselig mer problematisk på grunn av visse "fremmedelementer" og "moderne" fenomener turismen brakte med seg. Bell skriver:

The mid 1960s brought demolition of some colonial homes for new gasoline stations, 'modern' hotels, dance clubs, movie theatres, and the like. Since there was no enforcement of true restrictions of new constructions, citizens continued to destroy colonial homes [...] The city streets were a jumble of neon signs, billboards and other trappings of the 20th century (ibid 2005: 22)

I lys av disse tendensene ble det i 1969 lovfestet av den guatemalanske kongressen at utbygging skulle begrenses for å bevare byens kolonialske karakter og integritet. Fra og med dette årstallet måtte byens innbyggere og butikkeiere søke om å foreta endringer på hus og bygninger. En av lokalpolitikere jeg var i kontakt med, mente dette var "redningens år" for Antigua. For å gi meg innblikk i hvor viktig dette lovvedtaket var, kommenterte han fornøydlig at til og med "kulturimperialisten McDonald's" er nødt til å føye seg etter disse konservative bygningskodene.

I 1972 ble det dannet et nasjonalt råd for beskyttelsen av Antigua ("El Consejo Nacional Para la Protección de La Antigua Guatemala"), som skulle regulere restaureringsprosjektene i byen. I perioden 1978–1987 var Elizabeth Bell et aktivt medlem av dette rådet. I 1976 ble Guatemala rammet av et kraftig jordskjelv, noe som førte til store ødeleggelser i Antigua og en stor tilbakegang i restaureringsarbeidet. På sikt medførte likevel naturkatastrofen et internasjonalt søkelys på Antigua, og utenlandske donasjoner samt ekspertise ble tilbudt for å få arbeidet på beina igjen. I 1979 ble Antigua også oppført på "UNESCOs" liste over byer som tilhører verdens kulturarv, grunnet dens unikhhet og godt bevarte kolonialske arkitektur. Derfor er også byen kontrollert og regulert av vestlige institusjoner. Det har altså vært et mangfold av lokale, nasjonale og utenlandske krefter og interesser som har jobbet for å (re)konstruere Antiguas kolonialske utseende.

De ovennevnte prosessene har bidratt til å legge en rekke restriktive føringer på Antiguas lokalpolitikk og byutvikling. Disse føringene er blant annet nedfelt i de svært konservative reglene for bygging og restaurering av monumenter, hus og gater i byen. Det eksisterer bestemte fargekoder for bygningene, det er ulovlig å bygge høyere enn to etasjer, elektriske kabler har blitt lagt under gateplan, og neonlys og reklameskilt har blitt fjernet. Walter E. Little skriver at den guatemalanske kongressen forsøkte å kontrollere byen ytterligere gjennom å øke satsene på bøtene for overtredelser av de nevnte lovene, fra 500 til 100 000 quetzales²³ (2004a). Også all tungtrafikk har blitt omdirigert til utenfor bygrensene for å

²³ Quetzales er myntenheten i Guatemala og kursen samsvarer mer eller mindre med NOK.

skåne brosteinsgatene, og for å forebygge støy, skader og forurensning i byen. I 1998 ble det i tillegg plassert store betongkonstruksjoner i enkelte av gatene for å forhindre trafikkgjennomgang. Hva angår turistenes opplevelse av autentisitet, kan det nok samtidig hevdes at tilstedeværelsen av hest og kjerre virker mer ”kolonialsk” enn ”moderne” person- og lastebiler.

I Antigua opplevde jeg en bred spennvidde av ideer om hva som konstituerer byens kulturelle arv, og hvordan denne arven burde forvaltes. Den kulturelle håndteringen av Antigua har vært et veldebattert tema på lokalt plan i lang tid. Lokalbefolkningen og butikkeiere i byen diskuterte disse konservative byggekodene med blandede følelser. Noen følte de var altfor strenge. Blant dem var min guatemalanske vertsmor Janet, som bodde sammen med åtte familiemedlemmer i et lite hus. Hun og resten av familien var svært frustrerte fordi de visste at de ville få en stor bot hvis bygget ut huset. Og på grunn av de høye boligprisene i Antigua hadde de ikke anledning til å kjøpe et større hus. Janet hadde følgende formeninger om saken:

Det er latterlig, lokalpolitikere tror vi lever i kolonitiden fortsatt, men det gjør vi ikke. [Lokalpolitikere] burde tjene oss, men vi som bor her, har ingen innflytelse [...] Turistindustrien og lokalpolitikere styrer Antigua som de vil. Vi som faktisk bor blir ikke tatt hensyn til.

Merkevarebyggingen av Antigua har også ført til en bred spennvidde av oppfatninger om byens autentisitet blant de internasjonale turistene. I forhold til denne merkevarebyggingen kan det være interessant å diskutere hvorvidt (re)konstruksjonen av Antigua som en kolonialsk by fremstår som troverdig for turistene.

Tidløse Antigua: “I fortiden og nåtiden samtidig”

It feels like being a part of an ‘Indiana Jones’-movie here in Guatemala. It’s so much nature, culture and history everywhere you go
– (den 53 år gamle amerikanske turisten Kelly)

Under feltarbeidet satt jeg ofte i Parque Central for å komme i kontakt med personer, skrive feltnotater og observere folkelivet. Slik ble jeg kjent med Mark og Sandra, et amerikansk ektepar i begynnelsen av 30-årene. Det siste året hadde de vært involvert i to ulike utviklingsprosjekter tilknyttet det amerikanske fredskorpset, i henholdsvis Paraguay og Mongolia. Da jeg tilfeldigvis kom i kontakt med dem, hadde de avsluttet prosjektene, og

skulle feriere i Guatemala i fire uker før de skulle reise tilbake til USA. Det var deres fascinasjon for mayakulturen og et ønske om å lære mer om en annen kultur som brakte dem til landet. De ankom landet på flyplassen i Guatemala by, og derfra dro de direkte til Antigua hvor de skulle være i tre dager. Deretter planla de å reise til Chichicastenango, Lago de Atitlán og Tikal. De var så langt svært fornøyd med oppholdet i Antigua, men begge bemerket at det var en stor overgang å komme hit. Mark kunne fortelle meg at det var en del turister i Paraguay også, men at turismen der var vidt forskjellig fra i Antigua: "It's not like here in Guatemala where they put their culture on display everywhere". Mens Sandra kommenterte, "It's like being in the past and the present at the same time", og henviste til forbindelsen mellom, på den ene side de gamle kolonialske bygningene, og på den annen side vestlige hoteller, restauranter og tilstedeværelsen av et stort antall turister. De var begge enig om at Antigua var en vakker og idyllisk by, men de mente det ville være mer enn nok med et par dager i byen. I den anledning uttalte Mark at han syntes Antigua var litt for "vestlig og turistifisert", noe Sandra nikket anerkjennende til. På mange måter utgjør historien om Mark og Sandra noe representativt hva angår de internasjonale turistenes valg av reisemål og opplevelse av Antigua.

Foruten den faglige forankringen til begrepene 'autentisitet' og 'levende historisk museum', var dette også emiske kategorier mine turistinformanter benyttet for å omtale Guatemala og Antigua. Av turistene ble Antigua ofte omtalt som et "utendørs museum", "fornøylespark" og "teater". Det var også forbausende mange turister som sammenlignet Antigua med Cuzco i Peru. I likhet med Antigua beskriver Helaine Silverman (2002) hvordan Cuzcos kolonihistorie har blitt forsøkt konvertert til et utstrakt turistprosjekt. Enkelte av mine amerikanske turistinformanter uttalte at Antigua minte dem om *Disney World*, og at byen hadde visse likhetstrekk med en fornøylespark. Dette var også en konseptualisering noen av mine norske informanter gjorde. Et reisefølge av jenter i 20-årsalderen fra Oslo mente at vikinglandsbyen på *Tusenfryd* var "Norges svar på Antigua". De fant likevel at Antigua var "mer autentisk" enn vikinglandsbyen, fordi Antigua har "ekte bygninger og mennesker". Det var ingen av turistene jeg møtte, som betvilte at bygningene i Antigua faktisk stammet fra kolonitiden. I likhet med Mark og Sandra var det heller sameksistensen av både det "kolonialske autentiske" og det som ble oppfattet som "moderne fenomener", som ble problematisk for mange. På den måten ble møtet med Antigua en ambivalent opplevelse for mange turister, fordi byen ble ansett å ha både autentiske og inautentiske trekk, som sammen virket svært motstridende. I Antigua er grensene mer uklare og flytende mellom det moderne

og det tradisjonelle, i motsetning til mange andre turistmål i Guatemala. Dette kan forklare mange av de internasjonale turistenes ambivalente forhold til byen. Antigua er en by hvor brosteinsgater, kolonialske bygninger og mayaindiansk urbefolkning sameksisterer med transnasjonale selskaper som *Burger King*, *McDonald's* og *Radisson International*. Mange turister refererte nettopp direkte til tilstedeværelse av disse kjedene som bevis på at byen ikke var "ekte kolonialsk". Mange av dem syntes det var direkte synd, og nærmet skammet seg over at "våre" vestlige kjeder hadde spredd seg helt til Guatemala. Likevel, da disse transnasjonale selskapene først var tilstedeværende, syntes mange at det var bra at de var tilpasset den "kolonialske stilen". Spesielt de turistene som var i Antigua over en uke, begynte å sette spørsmålsteget ved byens autenticitet. På tross av at de fleste turistene ble sjarmert og fascinert av Antigua, var det flere av mine turistinformanter som kommenterte at de syntes byen var litt for "dyr", "kommersialisert" og "turistifisert". Samtidig som mange av turistene satte pris på Antiguas mange internettkaféer, flotte hoteller, restauranter og billige språkskoler, var dette samtidig noe som kom i konflikt med deres oppfatning av byens kolonialske autenticitet. En pensjonert canadisk mann jeg kom i prat med, mente Antigua ikke burde vært bebodd i det hele tatt. Han mente hele byen burde vært omgjort til et museum hvor "krigen mellom mayaene og spanjolene" kunne blitt gjenskapt som et slags historisk spill. Han mente i hvert fall at turistindustrien burde begrense antallet av turister slik han hadde hørt hadde blitt gjort med "Inka-trail" i Peru og på Galapagos-øyene. Idet han så utover alle turistene i parken, uttrykte han at "dette er resultatet når man blir for grådig".

Tilstedeværelsen av andre turister i Antigua var noe turistene omtalte som både positivt og negativt. Majoriteten av turistene mislikte til en viss grad tilstedeværelsen av andre turister de ikke kjente, og uttalte at de heller ikke likte å bli behandlet som turister. Litt forenklet kan disse turistene kategoriseres under 'The Romantic Gaze', som er kjennetegnet ved individualister som søker det "kulturelt ekte", og anser "autentisk kultur" som et slags knapphetsgode (Urry 1990). Riktignok var det også en stor del som satte pris på å utveksle informasjon og dele erfaringer med andre turister, og noen følte også at det innebar en ekstra trygghet å være del av en større turistgruppe. Disse turistene kan kategoriseres under 'The Collective Gaze', som kjennetegner gruppebaserte turister. Basert på det ovenstående blir opplevelsen av autenticitet langt viktigere for 'The Romantic Gaze' enn for 'The Collective Gaze', hvor førstnevnte i større grad har klare oppfatninger om hva som utgjør det autentiske ved de stedene de besøker, og de personene de møter. Kravene til autenticitet er ikke like strenge for sistnevnte som i større grad søker opplevelser og erfaringer med andre turister.

På grunn av begrenset tid i Guatemala foretrakk mange av mine turistinformanter å delta på turistindustriens arrangerte pakketurer, aktiviteter og utflukter sammen med andre turister.

Turister verken tenker eller handler som en homogen helhet, og derfor oppfattet og brukte de Antigua på ulike måter. Langt ifra alle turistene aksepterte den dominante diskursen om Antigua som en ”kolonialske by”. Jeg møtte også flere turister som ikke i utgangspunktet hadde kommet til Antigua for å oppleve kolonialske arkitektur. Turister kom også til Antigua for å reorganisere seg, sende e-post, spise vestlig mat eller se fotball-VM. For disse turistene ble Antigua en slags ”modernitetens utpost”, og en komfortabel rekreasjonsstasjon mellom mer intensive, kulturelle opplevelser. Disse ”post-turistene” boltret og lekte seg innen det de oppfattet som et iscenesatt og inautentisk turistifisert rom (Urry 1990). Altså, mens noen turister deltok i den ”kolonialske oppsetningen” om Antigua, og spilte med i turistindustriens representasjoner om sted og kultur, var andre sterkt kritiske og meldte seg ut. Etter bare to dager i byen orket ikke den tyske turist Klaus å være i Antigua lenger. Han uttalte at Antigua ble ”litt for mye Disney” etter hans smak. Klaus hadde heller ingen spesielle ønsker om å dra til Tikal, Chichicastenango eller noen av de andre populære turiststedene i Guatemala. ”Jeg vet at det sikkert er fint der, men jeg liker ikke å bli fortalt hvor jeg skal dra. Dette er mitt eventyr,” uttrykte han. Klaus var altså kritisk til de opplagte turistløypene, og innbakt i hans utsagn ligger det en slags formening om at hvis du er for ”konvensjonell” i valget av turistmål, så er det ikke du som har valgt turistmålet, men heller turistmålet som har valgt deg. Basert på det ovenstående kan Antigua anses som et ”all consuming place”, hvor turistene konsumerer det stedet betyr for dem (Urry 1995).

Tidligere har jeg diskutert hvordan turistindustrien kategoriserer Guatemala inn i regioner med ulike tematiske ”portvaktsbegreper”, på bakgrunn av natur, kultur, historie og arkitektur. Denne måten å tenke om sted og kultur på reflekterte seg også i måten turistene snakket om og sammenlignet steder. For mine medstudenter på språkskolen fungerte Antigua som en ”base” for oppholdet deres i Guatemala. De fleste skulle studere i Antigua en til to måneder, for så enten å reise hjem igjen eller videre til andre land i Mellom-Amerika. Under oppholdet reiste så å si alle mine medstudenter på turer til andre kjente turistmål i Guatemala. Blant turistene forekom det ofte en type gradering av steder på bakgrunn av historie og autenticitet. Et hyppig samtaleemne blant mine informanter var knyttet til steder de hadde besøkt, skulle eller ville besøke. Hjemme hos min guatemalanske vertsfamilie var en av de arenaene jeg fikk innblikk i nettopp dette. Etter måltidene satt

turistene ofte igjen i timevis og diskuterte ulike steder og reiseopplevelser. Stedene de snakket om, ble ofte presentert med noen korte karakterstikker. Ofte ville diskusjonene handle om hvem som hadde opplevd de mest eksotiske opplevelsene. Da florerte reisehistoriene, og turistene viste hverandre bilder de hadde tatt og ting de hadde kjøpt. Det som på mange måter ble ansett som den kulturelt mest autentiske opplevelsen blant turistene på språkskolen var Jacks fortelling om hvordan han hadde fått helbredet skulderen sin av en gammel mayaindiansk sjaman ved Lago de Atitlán. Landsbyene rundt Lago de Atitlán ble nemlig omtalt som mer ”autentiske steder” hvor det var mulig å møte ”ekte mayaer”. Blant turistene var det en slags rådende enighet om at Antigua var et obligatorisk sted å besøke, men at byen var litt for kommersialisert og ”vestlig”. Norske Veronica uttrykte det slik: ”Det er utrolig mange kirker og mye kultur her i Antigua. Men jeg merker jo at ting er veldig lagt opp for turistene, da. Det er jo et drøss av internettkaféer, språkskoler og sånt. Derfor kan en ikke bare dra til Antigua og så tro at man har sett Guatemala.” Etter bare to dager i Antigua følte Veronica at hun hadde utforsket byen nok for en stund. Da reiste hun til Lago de Atitlán, hvorfra hun kunne meddele hvor ”urørt” stedet var i forhold til Antigua. Turistene var innforstått med mitt arbeid i Antigua, men flere av dem var litt oppgitt og forundret over at jeg ville studere mayakultur nettopp i Antigua. De mente det fantes langt mer eksotiske steder i Guatemala som ville ha vært mer interessante for meg enn Antigua. Claudia, en av mine nederlandske medstudenter, viste meg også bilder hun hadde tatt av mayaindianske kvinner på et marked i Nebja, og hun lurte på om jeg var interessert i å bruke dem i oppgaven min. Hun mente at siden jeg skulle skrive om mayakulturen, måtte jeg ha noen bilder av ”the real thing”.

Turismens og merkevarebyggingens paradoks

På bakgrunn av sitt kolonialske særpreg bærer Antigua i dag hedersbetegnelser som et ”nasjonalt monument” (siden 1944), en ”monumental by i Amerika” (siden 1965), og en by tilhørende ”verdens kulturarv” (siden 1979). Blant turistene fant jeg heller en slags ”monumental ambivalens” knyttet til deres oppfatninger om byen og dens autenticitet. Denne ambivalensen kan relateres til at turistene deltar i en paradoksal form for praksis. Blant dem eksisterer det ofte et ønske og en motivasjon om å oppleve det ”autentiske”, ”ekte”, ”urørte” og ”genuine” ved en lokal kultur. Samtidig erkjenner de også at deres egen involvering og kontakt med kulturer og personer, truer det ”autentiske uttrykket” ved disse

kulturelle fenomenene. Dette paradokset kommenterte også flere av mine turister nokså eksplisitt, som i det følgende utsagnet fra Claudia:

It's really nice here in Antigua, but it's suprisingly expensive and really touristic. I didn't think that it would be so bad, but I guess that's because of all the tourists. I think it's related.

Antigua er et sted hvor mange av mine turistinformanter uttrykte at turistindustrien og det store antallet av turister sto i konflikt med opplevelsen av autentisitet. Heller ikke lokalinnbyggernes ønske om en rolig by med moderne installasjoner lar seg lett forene med turistenes ambivalente, om ikke uoppnåelige, ønske om å både oppleve autentisk spanskkolonialsk arkitektur og samtidig ha tilgang til moderne barer, restauranter og hoteller. For lokalpolitikere og turistindustrien har det derfor vært svært vanskelig å forvalte byen på en måte som dekker alle disse ulike ønskene.

Elizabeth Bell var 14 år da hun flyttet fra USA til Antigua sammen med familien sin i 1969. Siden den gang har hun tatt utdanning innenfor latinamerikansk historie, arkitektur og kunsthistorie.²⁴ Hun har hovedsakelig beskjeftiget seg med hva hun selv omtalte som "historisk bevaring" og "kulturell turisme" i 15 år. Da Bell fortalte om sitt arbeid i Antigua, la hun spesielt vekt på hvor problematisk det har vært å være kulturkonservator og jobbe med turisme i byen. Under et intervju ga hun uttrykk for nettopp dette:

Kulturkonservering, det å ta vare på Antigua som en kolonialsk by, er ikke lett å forene med å stimulere turismen, og samtidig ta hensyn til lokalbefolkningens ønsker [...] Turistene er ikke lette å blidgjøre. De vil oppleve en ekte spanskkolonialsk by, og samtidig føle seg trygge, bo komfortabelt, sende e-post og spise vestlig mat. Lokalbefolkningen ønsker helst bare fred og en roligere by. Det sier seg selv at dette er en vanskelig jobb.

Et gjennomgående begrep i turistdiskursen knyttet til Antigua, er 'kolonialsk'. Dette er begrepet turistindustrien har promotert byen på bakgrunn av, og en av hovedårsakene til hvorfor turister oppsøker byen. Gjennom sin historie har Antigua på mange måter fått sin kolonialske glansperiode projisert videre inn i fremtiden gjennom turistindustriens promotering av byen. Vilåret for å konstruere Antigua som turismål har dermed vært knyttet til å (gjen)skape en historisk autentisitet som kan fremstå som troverdig for turistene.

²⁴ I 1983 ble hun tildelt sertifikat i "Architectural Conservation" ved "UNESCOs" skole i Roma, og i 1997 ble hun tildelt sertifikat i "Heritage and Tourism" fra "Centro Nacional de Conservación, Restauración y Museología" i Havana, Cuba.

Fortiden har på den måten blitt refortolket, revitalisert, redigert og således blitt kommodifisert innen turismen. I forhold til turistindustriens gjenskapelse av historiske forestillinger benytter Chris Rojek (1995) begrepet 'tableaux'. I den sammenheng kan det hevdes at 'kolonialsk' er det tematiske tablået og den "lokale signaturen" lokalpolitikere og turistindustrien har forsøkt å påføre byen.²⁵ Som Harvey (2001) poengterer, er det noen unngåelige motsetningsforhold som oppstår i en slik form for merkevarebygging av sted. Et unikt sted som Antigua har åpenbart hatt et stort potensial for å bli konstruert som et turistmål. Det at turismen i dag er byens største inntektskilde, og at Antigua er en av Mellom-Amerikas mest besøkte turistmål, understreker dette. Likevel, gjennom de omfattende markedsføringsprosessene har byen i større grad blitt kommersialisert og beveget seg i retning av en vare. Av åpenbare grunner ville ikke Antigua kunne fungert som et turistmål hvis byen rent faktisk var en autentisk kolonialsk by, uten hoteller, restauranter og andre turisttilbud. På den annen side har den omfattende kommersialiseringen av Antigua truet stedets unikhhet, som i utgangspunktet var grunnlaget for hele fortjenestepotensialet. "Truet" i denne sammenheng, henspiller på hvordan majoriteten av turistene bestred byens autenticitet som en "kolonialsk by". Dette er problematisk siden de fleste turister har et visst krav om autenticitet. Kravet om autenticitet har skapt hodebry for turistindustrien som kulturell konservator. Da turistnæringen på 1970-tallet begynte å bygge moderne hoteller, restauranter og kaféer for å legge grunnlag for turismen, bidro disse elementene til å forringe den kolonialske autenticiteten som i utgangspunktet var grunnlaget for hele turistprosjektet. Da borgerkrigen begynte å roe seg på midten av 1980-tallet, opplevde Antigua en voldsom økning av besøkende turister. Slik skriver Bell hvordan dette hadde innvirkning på Antigua:

After no tourism in the early 1980s, visitors began to flock and, with them, restaurants, hotels, shops and e-mail cafés [...] The end of the 20th century brought too much traffic and, even too many people, worldwide. Antigua has not been saved from that part of the globalization (ibid 2005: 25-26)

Implisitt i sitatet over ligger det et slags syn på turisme, modernisering og globalisering som former for "faremomenter" overfor Antiguas unikhhet. I forlengelsen av dette vektla også Bell nødvendigheten av et konservativt regelverk knyttet til byutviklingen i Antigua, i et forsøk på å reversere disse prosessene. Hun mente at hvis ingen hadde forsøkt å stoppe

²⁵ Dette kan sammenlignes med hvordan norsk regionalpolitikk har vært knyttet til å finne de ulike periferienes særpreget (Lien 2003), eller hvordan man har forsøkt å bygge symbolske barrierer rundt produkter som eksempelvis *Godt norsk*.

moderniseringen av Antigua, ville byen i dag vært en ”arkitektonisk smeltedigel”. Hun ga også uttrykk for at Antigua siden slutten av 1980-tallet gradvis har tapt ”sin historiske autentisitet som en kulturhistorisk by” på bakgrunn av den fremveksten av vestlige hotell- og restaurantkjeder som har forekommet for å dekke turistenes ønsker og behov. På den måten har Antigua blitt en slags kompromissløsning i et nærmest umulig prosjekt. Antiguas unikheter har altså vært grunnlaget for byens fortjenestepotensial gjennom et turistprosjekt, men det er ikke mulig å gjøre fortjeneste på det unike så lenge det holdes utenfor den økonomiske markedssfæren. Markedet er altså nødvendig for å oppnå fortjeneste, men gjennom omfattende kommersialiseringsprosesser kan en altså spolere den unike karakteren. Den store utfordringen ligger altså i å ikke bevege seg til noen av ytterpunktene på det tenkte kontinuumet mellom det unike, hvor monopolfortjeneste blir umulig å oppnå, og det kommodifiserte hvor stedets genuine verdi blir forringet. Samtidig som kommodifisering av kultur og sted involverer et fortjenestepotensial, innebærer en overdreven kommodifiseringspraksis også grunnlaget for sin egen ”ødeleggelse”. Det involverer altså en innebygd motsetning mellom at fenomener som er verdifulle i kraft av sin unikheter, får varekarakter. Når fenomenene får varekarakter, fremstår de som mindre unike, og deres genuine verdi blir forringet. Det er åpenbart at det profileringsarbeidet som har utspilt seg i Antigua, har hatt stor innvirkning på ulike personers ”sense of place” (Urry 1995).

“Antigua er som et fortryllende eventyr”

Mange tenker om kultur som noe inkommensurabelt i forhold til kapital, og dermed som noe som bør holdes utenfor markedet. På tross av ulike verdisyn er mye av dagens verdiskapning nettopp kjennetegnet ved varedannelsen av kultur og steder for å trekke ut monopolprofitt på nye måter (Harvey 2001). En av mine informanter som ga sterkest uttrykk for sin misnøye mot turismen i Antigua var min frittalende språklærer Gonzalo. Over de siste tiårene hadde Gonzalo merket seg at det var mange som jobbet for å bevare Antiguas kolonialske preg, og han var kritisk til deres motiver og bruk av historie. Nedenfor vil jeg gjengi deler av en samtale jeg hadde med Gonzalo angående dette temaet.

Gonzalo trekker på smilebåndet og himler litt med øynene når jeg spør hva han synes om Antigua. ”Det er ikke til å komme utenom at Antigua er en flott og romantisk by, det er jo bare å bruke øynene,” sier han og peker ut mot parken som ligger badet i solskinn. ”Antigua

er som et fortryllende eventyr,” og han ramser opp navnet på flere av de monumentale bygningene i byen. ”Utenom alt dette, er Antigua en paradoksal by med mange kontraster.” Selv bor Gonzalo i en landsby en halvtime unna Antigua, og han forteller meg hvordan innbyggerne der lever i fattigdom og med store problemer. ”Her bor det folk som ikke eier sin egen jord, men som jobber hardt for 30 quetzales hver dag. Det er ikke nok til en *Big Mac* på *McDonald's* her i Antigua engang.” Gonzalo snakker fort og med et glødende engasjement som gjenspeiler seg både i gestikuleringen og stemmen hans. Etter å ha fortalt nærmere om de store skillene mellom fattige og rike i Guatemala, spør han meg om jeg kjenner til begrepet føydalisme. Før jeg rekker å tenke ut et svar, utdyper han at dette er en form for føydalisme. Han mener at denne fattigdommen ikke er noe turistindustrien har interesse av å vise frem, og derfor blir svært få turister konfrontert med disse dimensjonene av Guatemala: ”De får bare se et idyllisk eventyr her i Antigua. Fortell meg, kan bli kultur bli gjort mer tilgjengelig?” undrer han seg.

Hva angår merkevarebyggingen av Antigua, er det mye interessant å diskutere fra samtaleutdraget over. Gonzalo tar opp ledingen av turister gjennom turistløyper, Antiguas mange paradokser og han bestrider turistindustriens motiver for bevaringen av Antigua. Gonzalo er skeptisk til om lokalpolitikernes og turistindustriens interesse for Antigua skyldtes vernemotiver, eller om de bare er ute etter å tjene penger. Altså, om vernearbeidet som har utspilt seg i Antigua er en del av det Chris Rojek omtaler som ’heritage industry’ eller ’nostalgia industry’ (ibid 1995). Mens ’heritage industry’ henspeiler på genuine vernemotiver, er ’nostalgia industry’ basert på mer kommersielle motiver. Gonzalo mener kommersialiseringen av Antigua på mange måter har revet ned moralske barrierer mellom kultur og markedssfæren. I tillegg er Gonzalo provosert over hvem som kontrollerer byutviklingen av Antigua:

Antigua ble bygget av våre forfedre som var slaver for spanjolene, derfor er det ikke rettferdig at et fåtall av rike ladinos og utlendinger innen turistindustrien skal bestemme over hele byens skjebne [...] Jeg opplever ingen patriotisme ved turistindustriens bevaring av Antigua. På et vis handler det om å stoppe utviklingen for å tjene penger på vår historie.

På tross av at mayabefolkningen har bidratt med arbeidskraft i Antigua siden byen ble grunnlagt for 500 år siden, omtalte verken Gonzalo eller de mayaindianske håndverksselgerne byen som ’hjemme’. De konseptualiserte Antigua som en ”ladinos-drevet turistby”. Av håndverksselgerne ble jeg gang på gang fortalt at ”Antigua er et sted vi

jobber”. Dette på tross av at de fleste av håndverksselgerne faktisk tilbrakte mer tid i Antigua enn det de gjorde på stedet de omtalte som ’hjemme’. De omtalte Antigua som ”bonita” og ”hermosa” (vakker og nydelig), men hadde også et mer ambivalent forhold til byen. De brukte uttrykk som ”lekeplass for de rike”, ”sirkus” og ”fornøylespark” for å omtale byen. Basert på kapittelets diskusjoner kan det hevdes at det er ulike, og til dels motstridende, oppfatninger av kultur, historie og sted som brynes mot hverandre i møtet mellom turistindustrien, turister og mayaindianere i Antigua.

3. Representasjoner og oppfatninger av 'maya'

Innledning

I dette kapittelet vil jeg diskutere turistindustriens representasjoner og turistenes oppfatninger om 'maya'. Etter å ha etablert et teoretisk fundament knyttet til representasjoner, vil jeg presentere og diskutere ulike visuelle og skriftlige fremstillinger av 'maya' i turistlitteraturen. I den anledning vil jeg argumentere for at turistindustriens fremstillinger av 'maya' er kjennetegnet ved en form som fremhever kulturell kontinuitet, og dyrker det mystiske ved mayakulturen. Kapittelet vil bli avsluttet med en diskusjon om turistenes oppfatninger om mayaindiansk kultur og historie i Antigua, og hvordan turistenes romantiske forestillinger om 'maya' manifesterte seg i bruken av metaforer.

Representasjon: Konstruksjonen av 'maya'

Indians are nothing if not versatile [...] The unadmirable qualities of the Indians can make whites feel good about themselves. The admirable qualities of the Indians can make the whites feel bad about themselves. And so, culturally speaking, Indians are useful to have around - (Richard White 1996: 37-41)

John W. Watanabe (1995) hevder at antropologer er nødt til å "unimagine the Maya". Han mener at dagens mayaindianere enten blir eksotifisert ut ifra romantiske forestillinger om den prekolonialske mayasivilisasjonen, eller stakkarsliggjort som hjelpeløse ofre av kolonisering og borgerkrig. I tråd med det ovennevnte kan det hevdes at antropologer til dels blir konfrontert med de samme "utfordringene" som tekstforfattere, fotografer og turister som henholdsvis skal skrive om, avbilde og oppleve kultur (Lutz og Collins 1993). Antropologen kan fort ende opp med å idealisere og eksotifisere 'de andre' han eller hun skal representere. Dette var hovedtemaet under hele orientalismdebatten, hvor vestlige forskere ble anklaget for å ha skapt "orienten" som "okcidentens" negasjon, gjennom mystiske fremstillinger av kulturell annerledeshet (Said 1978). Orientalismdebatten skapte på mange måter en faglig selvransakelse og ny dreining utover 1980-årene, hvor blant annet Michel Foucaults diskursanalyse vokste frem som et viktig teoretisk verktøy overfor

representasjonsproblematikken, og i forståelsen av hvordan beskrivelser former personer, objekter og gjenstander. Basert på ovenstående, vil jeg anlegge et kritisk diskursanalytisk perspektiv på materialet jeg skal diskutere. Den kritiske diskursanalysen er inspirert av en postmodernistisk tankegang, som bygger på en antakelse om at kunnskap både er sosial konstruert og virker sosialt konstruerende (jf. Foucault 1979, Urry 1990, Lutz og Collins 1993, Hervik 1999).

John Urry baserer seg på en tankegang om at all form for representasjon involverer en grad av maktutøvelse hvor verken det å se eller det å bli sett, er noe naturlig. Han er opptatt av hva som konstituerer 'The Tourist Gaze', og legger i den anledning stor vekt på den rollen guidebøker, fotografier og postkort spiller. Urry skriver:

Much of what is appreciated is not directly experienced reality itself but representations particularly through the medium of photography. What people gaze upon are ideal representations of the view in question that they internalise from postcards and guidebooks (ibid 1990: 86)

Ifølge et slikt synspunkt kan altså 'The Tourist Gaze' justeres, ta form og internaliseres allerede før turistene ankommer Guatemala. Den sosiale konstruksjonen av 'maya' er dermed en meningsskapende prosess som gjør seg gjeldende helt fra produksjonen, til sirkulasjonen og konsumet av disse representasjonene. For å kunne diskutere turistenes oppfatninger om 'maya' synes det derfor hensiktsmessig å presentere noe av det materialet mine turistinformeranter benyttet seg av for å tilegne seg kunnskap og informasjon.

Turistenes bakgrunnsoppfattelse om Guatemala og mayakulturen var ofte basert på ting de husket fra skolebenken, dokumentar- og reiseprogrammer de hadde sett på fjernsynskanaler som *Travel Channel* og *Discovery*, samt artikler de hadde lest i magasiner som *Life*, *Illustrert Vitenskap* og *National Geographic*. Med utgangspunkt i *National Geographic* diskuterer Hervik (1999) hvordan magasinet har benyttet mystikk som et litterært virkemiddel, og kulturell kontinuitet som et historisk narrativ for å omfavne den eksotiske karakteren 'maya'. Hervik mener denne formen for essensialisering konstruerer og fryser mayaindianere til fortiden, uten å se hvordan dagens mayaindianere forvalter identitet, og i hvilken grad de benytter nåtiden som en kilde for identitetskonstruksjon. Dette mener han kan sammenlignes med hvor absurd det ville være å forstå kulturell identitet og sosiale aktiviteter blant dagens skandinaver som meningsfulle sett i forhold til vikingtiden.

I tillegg til disse ovennevnte kildene, hadde de fleste turistene enten en eller flere guidebøker med seg under reisen. Blant mine turistinformanter var *Lonely Planets* versjon for Guatemala (Noble og Forsyth 2004) og *Turen går til Guatemala* (Loumann 2002) de mest benyttede guidebøkene. Det synes derfor naturlig å basere diskusjonen på nettopp disse to bøkene. Jeg oppdaget riktignok at det er visse likhetstrekk mellom hvordan disse guidebøkene representerer ”mayakultur” og hvordan nevnte Hervik (1999) samt Lutz og Collins (1993) beskriver hvordan *National Geographic* representerer kulturell annerledeshet. I likhet med *National Geographic* kan også guidebøker kategoriseres som en del av ’mass culture’²⁶. I likhet med de ansatte i *National Geographic* kan også skaperne av tekst- og bildematerialet i guidebøkene (tekstforfattere og fotografer) hevdes å okkupere en slags ”gråsoner” mellom fakta og fiksjon, og mellom vitenskap og underholdning.

I løpet av feltarbeidet i Antigua kom jeg i kontakt med flere personer som skulle produsere bilde- og tekstmateriale til guidebøker og reisebilag. I den anledning vil jeg nedenfor presentere en fotoseanse jeg overvar på Mercado de Artesanías, og deretter diskutere hva som kjennetegner de visuelle representasjonene av ’maya’ i turistlitteraturen.

Komponering av annerledeshet: Et bilde tar form

En formiddag da jeg ankom Mercado de Artesanías, sto det en ansamling av omtrent ti personer rundt fonteneparken i markedet. Oppstilt inntil fontenen sto håndverksselgerne Elena (30 år) og Glenda (60 år) iført tradisjonelt mayaindiansk antrekk. Elena la merke til meg, og kunne entusiastisk formidle at hun ”skulle bli berømt i Tyskland”. Noen meter unna kvinnene, sto en kraftig blond mann i 40-årene ikledd en grønn fotovest. Han var i ferd med å feste et stort speilreflekskamera til et fotostativ. Støttet inntil fotostativet sto en speilreflektor som projiserte et skarpt lys i retning av kvinnene. Rundt fontenen lekte fem unge jenter barbeint på gressplen, også de iført tradisjonelt antrekk. Da omsider fotografen hadde klargjort utstyret sitt, gikk han bort til Elena og Glenda. ”Vær så snill, stå her dere to,” sa han. ”Jeg ønsker å ha fontenen og vulkanene [Acatenango og Fuego] i bakgrunnen.” Fotografen tilkalte så ungjentene, som han plasserte ved siden av Elena og Glenda. Deretter

²⁶ Vanligvis defineres ’mass culture’ som et massprodusert materiale skapt og distribuert av mektige interesser for konsumering blant arbeiderklassen. Begrepet stammer fra Frankfurtskolen på 1950-tallet.

gikk han tilbake til kameraet og begynte å fotografere. Over de neste ti minuttene tok han en rekke bilder. Flere ganger ga han kvinnene noen instruksjoner om hvordan de skulle posere og stå oppstilt. ”Stå litt nærmere hverandre”, ”litt lengre til høyre”, ”smil nå da”, ”kjempeflott”. Ved anledninger imiterte han også dyreløyer, noe de unge jentene fant ustyrtelig morsomt.

Da fotoseansen var over, tok jeg kontakt med fotografen. Den hyggelige Lothar kunne fortelle meg at han var kommet til Antigua for å lage en bildereportasje som skulle trykkes i et tysk reisemagasin. En av hans kollegaer hadde allerede besøkt Antigua og skrevet en artikkel om byen. Lothars bilder skulle trykkes sammen med denne artikkelen. Han fortalte meg at han hadde kommet til markedet for å ”fange mayakultur og farger”, og han ga uttrykk for å være svært tilfreds med bildene.

Visuelt materiale i form av fotografier og film har blitt omtalt som å ha overtatt rollen som primære informasjonskilder i vår tid (Lutz og Collins 1993). Ut ifra en semiotisk tankegang kan bilder anses som et visuelt språk som mening blir kommunisert gjennom. Fotografier består av en rekke ikoniske tegn, som gjennom å være del av et språk nødvendigvis trenger å bli fortolket. På den måten er det ikke et enkelt en-til-en-forhold mellom bildene som språk og det de avbilder i den virkelige verden. De er representasjoner med et meningsinnhold som må dekonstrueres, analyseres og fortolkes. Fotografier er ikke objektive speilbilder eller dokument av virkeligheten. De kan i like stor grad reflektere personene og interessene bak linsen. Maktaspektet ved representasjon må anerkjennes gjennom å både se på menings- og maktrelasjonene som er involvert i det visuelle materialet. Fotografier innrammer altså ikke bare estetikk, men også politikk. Ut ifra denne tankegangen kan fotografier også avbilde den dominerende diskursen bak kameranlinsen, hvorfra visse kulturelle tegn og symboler blir komponert og innrammet ut fra visse interesser og forestillinger. Meningen ligger altså ikke bare i bildet i seg selv, men også i diskursen som omgir det. I dette tilfellet diskursen om ’maya’.

Ut ifra måten den tyske fotografen komponerte sine bilder, mener jeg kulturell kontinuitet og historie var underliggende temaer i hans bildenarrativ. Lothar var spesielt fornøyd fordi han hadde klart å komponere en bildeserie med ”tre generasjoner mayaer”. Dette kan være basert på et ønske om å kommunisere en slags historisk og kulturell forbindelse på tvers av generasjoner. Det at Elena, Glenda og de unge jentene alle var iført tradisjonelt antrekk, var kulturelle markører som nettopp hjalp fotografen med å formidle kontinuitet som et tema.

Det paradoksale i den sammenheng er at Glenda ikke er mayaindiansk, hun er ladina. På bakgrunn av Glendas bruk av *huipil* trodde Lothar hun var mayaindianer, men for Glenda var bruken av *huipil* heller myntet på en salgsstrategi i kontakt med turistene enn markering av etnisk identitet. Lothar ble overrasket da jeg fortalte han at Glenda ikke er mayaindiansk, men han mente at det ikke gjorde noe på grunn av at alle kvinnene brukte tradisjonelt antrekk, og at det dermed var ”umulig å se at hun skilte seg ut”.

Siden bilder er et språk, må budskapet være tydelig for at det ikke skal oppstå grunnlag for alternative tolkninger utover det ”avsender” ønsker å formidle. I dette tilfellet skulle også Lothars bilder sidestilles med en artikkel i et reisemagasin som skal gjøre kulturell forskjellighet lett tilgjengelig for et stort publikum, og vekke deres fascinasjon for Guatemala og mayakulturen. Under fotoseansen ble det etablert en slags tidløs historisk kontekst hvor kvinnene ble eksotifisert, idealisert og naturalisert (Lutz og Collins 1993: 89). I bildene var kvinnene omgitt av mayaindiansk kultur, kolonialske arkitektur, fargerike rosebusker og dramatiske naturomgivelser i form av vulkanene Fuego og Acatenango. Det var ingen innlemmelse av ”moderne” elementer og gjenstander. Leserene av magasinet hvor bildene skal stå trykt, vil ikke se gruppen av narkomane som ofte befant seg rett utenfor murene på markedet. De vil heller ikke se at det under fotoseansen sto en stor ansamling av turister bare få meter unna kvinnene. Etter fotoseansen benyttet flere av disse muligheten til å ta bilder av kvinnene. For i motsetning til interaksjonen mellom turistene og mayaindianere som er korte og flyktige av karakter, kan bilder og suvenirer forevige turistenes ”autentiske opplevelser”. Noe av det mest åpenbare ved Lothars fotoseanse, og turistenes fotopraksis for øvrig, var at de mayaindianske mennene sjelden fikk noe oppmerksomhet. Dette må sees i sammenheng med at i turistdiskursen om ’maya’ så er det kvinnen som er selve ikonet for mayakulturen.

Kvinnen som den ikoniske ‘maya’

Det er den mayaindianske kvinne ikledd sitt tradisjonelle antrekk som blir representert og rekonstruert i det store materialet av bøker, reisebrosjyrer og postkort. For turistene er det den fargerikt antrukne mayaindianske kvinnen som trekker oppmerksomhet, fordi det er hun som svarer til turistmaterialets representasjoner av ’maya’. Sheldon Annis (1987) skriver:

The image of the San Antonio [Maya] woman at the loom - clad in her huipil of blue and red and orange and a dozen other colors - has become a national icon for use on tourism and export promotion brochures (ibid 1987: 13)

Enkelte turister uttrykte ganske enkelt at de ikke tok bilder eller kjøpte suvenirer fra mayaindianske menn. For mange turister var den sosiale interaksjon med mayaindianere en viktig del av selve reiseopplevelsen. Siden kvinnen i større grad enn mannen blir representert som 'maya', involverer på mange måter salgsrelasjonen mellom en turist og en mayaindiansk kvinne både en slags økonomisk og kulturell transaksjon. De mayaindianske mennene, på sin side, samsvarer sjelden med de visuelle representasjonene for bekledning og antrekk. Deres autentisitet som "mayaer" ble derfor ofte bestridt fra turistenes side. I Chichicastenango opplevde jeg at en mayaindiansk mann ble veivet vekk fra salgsboden hvor han sto sammen med sin kone. Den mannlige turisten hadde betalt kvinnen noen få quetzales for å ta bilder, men han ønsket ikke hennes mann med på bildene. I motsetning til sin kone som var ikledd tradisjonelt antrekk, hadde mannen på seg en grå olabukse og en hvit skjorte. På en av språkskolene jeg studerte på i Antigua, jobbet det en mayaindiansk mann som vaktmester. Da jeg fortalte dette til en av mine norske medstudenter, ble hun svært forbløffet. Hun sa at hun aldri hadde trodd at mannen var mayaindiansk, og at det var "umulig å se når han ikke brukte den mayadrakta". Under fotoseansen på Mercado de Artesanías ble paradoksalt nok ladinaen Glenda anerkjent som mer "maya-isk" enn de mayaindianske mennene på markedet. Verken Lothar eller de andre turistene innlemmet sistnevnte i sine komponeringer av kulturell annerledeshet. På bakgrunn av Glendas bruk av tradisjonelt antrekk korresponderte hun til fotografens og turistenes forestillinger om det ekte "maya-iske", og derfor var det altså ingen som bestred hennes autentisitet som 'maya'.

Det var på mange måter fotoseansen på Mercado de Artesanías som utløste min motivasjon for å beskrive turistlitteraturens fremstillinger av 'maya' og de mayaindianske kvinnenenes ikoniske rolle i disse representasjonene. I utforskningen av disse temaene kom jeg over antropologisk arbeid som jeg både fant sammensvarende og kontrasterende med min egen empiri. Måten mayakvinnen blir ikonisert på i Guatemala, opplevde jeg i sterk kontrast til hvordan eksempelvis Cara Aitchison har beskrevet hvordan kvinner generelt blir representert innen turismen. Aitchison skriver:

But whilst women are reified and objectified within sex tourism, we are frequently invisible within heritage tourism where emphases upon nationalism and the construction of the nation-state draw upon a history which frequently renders women the invisible 'other'. Here women are absorbed, subsumed, and finally invisibilised by engendered representations of the nation (ibid 1999: 65).

Min feltarbeidserfaring fra Guatemala var det var *mannen* som var "the invisible 'other'", både hva angår turistlitteraturens fremstillinger av mayakulturen og turistenes anerkjennelse av mayaindiansk identitet. I den anledning fant jeg et mer samsvarende komparativt grunnlag i Mary M. Crains beskrivelse av den representasjonelle rollen til de ecuadorianske urbefolkningskvinnene 'quimseñas'. Crain skriver:

[...] the native female body is depicted as the unchanging purveyor of the authentic Quimseño tradition [...] the female peasant serves as a metonym for an 'authentic' indigenous identity and cultural heritage uncontaminated by historical processes of colonization, hybridization and geographical displacement (ibid 1996: 134-136)

På samme måte blir i stor grad mayaindianske kvinner i Guatemala representert og oppfattet som bærere av autentisk kultur og tradisjoner, med et uttrykk som ikke har forandret seg vesentlig i møtet med ulike historiske prosesser, deriblant spansk kolonisering og borgerkrig.

De "mystiske mayaene": Stemmer fra fortiden

I Guatemala er "mayakultur" det store trekkplasteret for det stadig økende antallet av turister som hvert år besøker landet. For turistindustrien er 'maya' et produkt som skal selge. Således er også de litterære, retoriske og diskursive strategiene i turistmaterialet basert på å fascinere leserne. Bevingede ord og skjønmalende bilder av frodige jungler, ildsprutende vulkaner, idylliske innsjøer, eldgamle mayaindianske tempelkonstruksjoner og mayaindianere i fargerike folkedrakter er alle gjennomgående fremstillinger av Guatemala i dette materialet. I *Turen går til Guatemala* blir landet fremstilt på følgende vis:

En tusen år gammel pyramideby ligger oppslukt av regnskogen. En smaragdgrønn innsjø i fjellet. Underjordiske elver og hellige klippegrotter. En imponerende rekke av 33 vulkaner. Små, knelende skikkelser i maisåkeren – i fargerike klesdrakter – som om de var på fest. En Kristus-figur svever over brosteinene. Bønner til trollmannen i sitt tempel. Troen på undre i en stor og voldsom natur (Loumann 2002: omslagets bakside)

Et gjennomgående trekk i både *Lonely Planet* og *Turen går til Guatemala* er den store plassen som blir viet historiske fremstillinger av mayasivilisasjonen. På mange måter kan deres tilnærming til mayakulturen anses å være ”arkeologisk”, i den grad at de er langt mer opptatt av å diskutere mayasivilisasjonens fremvekst og storhetstid enn det nåtidige Guatemala. Deriblant har *Lonely Planet* viet en hel dobbelside til beskrivelser og illustrasjoner av det mayaindianske kalendersystemet, mens det noen sider senere står et lite avsnitt om borgerkrigen. I turistlitteraturen er det generelt lite fokus på borgerkrigen og andre nåtidige sosiale problemer i landet. *Lonely Planet* er en bok på 328 sider, hvorav bare tre av sidene direkte tar opp disse temaene. Mitt poeng er ikke at guidebøkene burde fremstille Guatemala som et farlig land, men at materialet på den ene side underkommuniserer temaer som fattigdom og kriminalitet, og på den annen side idealiserer mayakulturen. Dermed blir det også lettere å opprettholde den kulturelle kontinuiteten som et narrativ, og videre som et premissgrunnlag for turistenes meningsdannelse om ”mayaene” (Hervik 1999).

En annen fremstillingsform som forsterker budskapet om kulturell kontinuitet i disse guidebøkene, er måten bilder av nåtidige mayaindianere sidestilles med templer og steinkonstruksjoner fra mayasivilisasjonen. Dette er med på å konstruere en nærmest tidløs historisk kontekst. Mayasivilisasjonens historie blir dermed ikke en fjern og tilbakelagt fortid. Denne kulturhistorien blir heller forlenget videre og projisert inn i fremtiden til dagens mayaindianere. I den anledning er det også påfallende at nærmest alle bildene i disse guidebøkene inneholder mayaindianere som utfører hva som ofte blir ansett som ”eldgamle kulturelle praksiser”. Det er bilder av mayaindianere iført tradisjonelt antrekk som utfører ritualer, seremonier, håndarbeid, spiller marimba, baker tortillas og selger tradisjonelle tekstiler. I forlengelsen av at bilder er et språk, blir alle disse nevnte forholdene tegn og symboler som bærer budskapet om en pågående sosial og kulturell praksis. I *Turen går til Guatemala* blir nøyaktig den samme formen for formidling av kulturell kontinuitet benyttet, som var gjeldende for den tyske fotografens komponering av ”tre generasjoner mayaer”. Bildet er tatt på et kjøkken hvor det står fem kvinner ikledd tradisjonelt antrekk rundt en steinovn og baker tortillas. Teksten under bildet forteller at ”tre generationer af kvinder klapper tortillas omkring det brændefyrede komfyr, der stadig benyttes i de fleste hjem på landet” (Loumann 2002: 17). I begge guidebøkene blir mayaindianerne fremstilt som stolte kulturbærere av en flere tusen år gammel kulturhistorie, der kulturuttrykket ikke har forandret seg betydelig. I *Lonely Planet* kommer den kulturelle kontinuiteten frem slik:

Guatemala is a rare destination that reward even the most jaded travellers with revelatory experiences - a place where indigenous life endures much as it did before Europeans first arrived [...] Guatemala's most spectacular scenery and strongest Mayan traditions await you along this well-travelled route" (Noble og Forsyth 2004: 3)

Gjennom en slik fremstilling blir "ektheten" til dagens mayaindianere vurdert ut ifra mayasivilisasjonen som eksisterte før den spanske koloniseringen av Guatemala. Basert på disse representasjonene beveger du deg ikke bare geografisk når du setter deg på flyet til Guatemala, du beveger deg også i tid. Tilbake i tid.

Gjennom disse fremstillingene blir de "mystiske mayaene" skapt som diskursive subjekter, og blir et grunnlag for turistene å tenke om den mayaindianske befolkningen på. Ifølge Lutz og Collins (1993) innebærer konsumering av slike representasjoner en form for narcissistisk praksis, gjennom at en ved å betrakte "de primitive andre" får forsterket og opprettholdt eget selvilde, samt opprettholdt orden i ens verdensbilde. For mange turister kan dermed jakten på "de eksotiske andre" også føre til oppdagelsen av deres eget "autentiske selv", gjennom at turistkonsum også involverer selvidentifisering. Det har blitt argumentert for at vi "moderne" mennesker har behov for den tradisjonelle verdenen, eller en forestilling om den tradisjonelle verdenen, slik at vi kan oppleve hvordan verden var før vi ble moderne (MacCannell 1976). Ifølge forfatteren av *Turen går til Guatemala* er i så fall landsbyene rundt Lago de Atitlán steder turistene bør oppsøke for å oppleve tradisjonelt mayaindiansk liv: "Lago de Atitlán, som regnes for en af verdens smukkeste søer, er et af mange steder i landet, hvor indianernes trods århundreders kristen indoktrinering stadig dyrker deres gamle guder" (Loumann 2002: 4). Videre står det beskrevet at Panajachel er den største byen rundt innsjøen, og at den ofte kalles "Gringotenango" på grunn av alle turistene, hotellene, barene og suvenirbutikkene. Derfor mener han at byen er "en praktisk base for utforskningen af søen og dens noget mer 'tilbagestående' landsbyer" (ibid 2004: 63).

Under feltarbeidet jobbet jeg med en antakelse om at alle turister, samt antropologer, kommer til Guatemala med en viss medbrakt "kognitiv bagasje" som inneholder en rekke ideer, forestillinger og kunnskap om Guatemala og mayakulturen. Selv om det hersker liten tvil om at turistenes forestillinger kan bli påvirket av det materialet som er skapt for deres konsumering, kan det ikke taes for gitt at det eksisterende tekstmaterialet om mayakulturen konstruerer et slags "hegemonisk blick" hos turistene. Det vil i så fall innebære et reduksjonistisk syn på turistenes meningsdannelse (Yea 2002). Siden oppfatninger om

'maya' ikke er noe direkte observerbart, har det foruten å studere produksjonen av forestillinger om 'maya', også vært nødvendig å fokusere på hvordan forestillinger om autentisitet og historie gjorde seg gjeldende i hvordan turistene snakket om 'maya'. Nedenfor vil jeg redegjøre for hvordan turistenes oppfatninger om mayakulturen manifesterte seg ved deres bruk av metaforer.

Metaforer om 'maya'

Under feltarbeidet oppdaget jeg at narrativet om kulturell kontinuitet ikke bare lå mellom linjene på det skriftlige materialet og/eller innen rammene av det visuelle materialet om mayakultur. Oppfatninger om kulturell kontinuitet kom også frem i måten personer innen turistindustrien og internasjonale turister snakket om mayakultur og historie på. Under et foredrag på en av språkskolene i Antigua ble denne kulturelle kontinuiteten trukket enda lengre tilbake i tid av den nordamerikanske foredragsholderen som jobbet som turistguide i Antigua. Han beskrev blant annet hvordan mentaliteten til dagens mayaindianere er totalt annerledes fra vår "vestlige" tankegang. Samtidig var han bekymret for at dagens mayaindianere er i ferd med å tape sin kulturelle identitet på grunn av deres økte kontakt med omverdenen. Her følger et utsnitt av foredraget:

They [mayaindianerne] are children of another culture than us ["oss vestlige"]. Their whole mentality, culture and way of thinking is based on the 5000 years old Mayan civilisation which is their motherculture. The way they deal with the world is different from us, because of their motherculture interpretations [...] But I'm concerned that they are losing their Mayan identity. Mostly because of the globalization which is normal, but also because the Mayans don't teach their children the Mayan languages anymore. They only teach them Spanish, and therefore they'll soon lose their culture.

Dette er på mange måter et oppsiktsvekkende sitat. For det første trekker han en direkte kulturell forbindelse mellom dagens mayaindianere og mayasivilisasjonen. Han gir eksplisitt uttrykk for at hvordan dagens mayaindianere lever, tenker og forholder seg til verden, er meningsfull sett i forhold til deres "moderkultur" som eksisterte for 5000 år siden. Samtidig som han fremhever en form for kulturell kontinuitet, mener han også at dagens mayaindianere er truet av modernitetens spredning, nærmest ut ifra en nærmest evolusjonistisk tankegang. Han omtaler globalisering som en slags homogeniserende kraft som absorberer lokalkulturer, og som fører til at lokalbefolkninger mister identitet. Det at

dagens mayaindianere ikke lærer sine barn mayaindianske språk, er for det første en grov og ukorrekt generalisering. For det andre, gitt at dagens mayaindianere ikke lærte mayaindianske språk, ville det vært reduksjonistisk å hevde at dette med direkte årsaksforbindelse ville føre til at mayaindianerne ville ”miste sin kultur”.

Det ovenstående sitatet representerer også til en viss grad en delt bekymring blant de internasjonale turistene. En bekymring som ofte ble uttrykt gjennom dramatiske metaforer som at mayakulturen er i ferd med å ”dø”, eller at dagens mayaindianere er i ferd med å ”tape” og ”miste” sin identitet og historie. Ironisk nok ble jeg først oppmerksom på disse metaforene da jeg tidlig i feltarbeidet spurte Gonzalo om han syntes den internasjonale turismen ”truer” mayaindiansk kultur. Gonzalo var tidlig ute med å poengtere at han ikke synes dette var tilfellet, rett og slett fordi han ikke mente det var mulig å ”miste” kultur. Etter denne ”aha-opplevelsen” ble jeg også langt mer observant på turistenes bruk av metaforer da de snakket om mayakultur. Nedenfor følger et utsagn som viser hvordan mange av mine turistinformanter både uttrykte en fascinasjon for mayakultur, og en engstelse for dens fremtid. Etter et todagers opphold i Tikal gjorde min danske medstudent Jesper seg følgende tanker:

Jeg har besøkt den kinesiske mur, pyramidene i Egypt og en rekke historiske steder i USA, men jeg må innrømme at jeg fikk gåsehud og følte en ærefrykt da jeg besøkte templene i Tikal [...] Vi vestlige har mye å lære av mayakulturen, men vi må la dem fortsette å leve på sitt tradisjonelle vis slik at de kan bevare sin kultur, ellers tror jeg at de gradvis vil tape sin kultur.

George Lakoff og Mark Johnson (2003) argumenterer for at våre begreper og metaforer i stor grad reflekterer vår tenkning. Dette fordi det innebærer en kontinuerlig pågående dynamikk mellom de mentale kategoriene vi har, og den verden vi ”påfører” disse kategoriseringene. I sitatene over florerer det av ulike metaforer knyttet til mayakultur, og i måten blant annet Jesper snakker om mayakultur på, kan det late til at ’mayakultur’ har fått en slags tilstand av naturlighet. Altså, som om ’mayakultur’ faktisk er noe annet enn et ord. Dette kan sammenlignes med hvordan ’økonomi’ ofte blir ansett som en egen agent utenfor politikens handlingsfelt, som kan forårsake inflasjon, deflasjon og renteøkning hvis vi ikke forholder oss til dens ”sunnhetskrav” (Vike 2005).

I forhold til turistenes forestillinger og anerkjennelse av autenticitet mener jeg disse ulike metaforene kan plasseres langs et tenkt ”autenticitetskontinuum”, som spenner seg fra hva turistene oppfatter som ’autentisk’ til ’inautentisk’ mayakultur. I den anledning ble metaforer

som ”dyrke”, ”praktisere”, ”bevare”, ”videreføre” eller ”bære” tradisjoner og historie brukt for å beskrive hva som ble oppfattet som ’autentisk’ mayakultur. Metaforer som ble benyttet for å omtale det de mente var ’inautentisk’ mayakultur, var ofte relatert til uttrykk som å ”ødelegge” og ”tape” kultur, eller ”miste” og ”glemme” historie og identitet. Det som kan hevdes å være felles for disse metaforene, er at de er tuftet på romantiske oppfatninger om mayakulturen, hvor ektheten til dagens mayaindianeres blir vurdert ut ifra den ”autentiske” mayakulturen. Det som for mange turister utgjorde den ”autentiske” mayakulturen, var i mange tilfeller den prekolonialske mayasivilisasjonen, som på den måten ble en slags måleenhet for å vurdere grad av kulturell og historisk ”ekthet” blant dagens mayaindianere. Derfor så mange turister mot historien, opphav og røtter som de mente utgjorde det autentiske. Mayaindiansk identitet ble dermed oppfattet som en slags kulturell og historisk ”stafettpinne” som blir overført fra generasjon til generasjon, og som i vekslingsøyeblikket altså både kunne ”mistes” og ”videreføres”. Ut fra et slikt syn blir autentisk mayakultur ansett som en form for genealogisk kulturarv og som en uforandret kulturell praksis. Mayakulturen blir på den måten også tingliggjort til et statisk og isolert objekt uten egendynamikk og utvikling. Jeg mener dette kultursynet både gjør seg gjeldende i mye av turistmaterialets representasjoner av mayakulturen, og ved mange turistenes romantiske forestillinger knyttet til ’maya’.

I den grad den mayaindianske befolkningen i Guatemala historisk sett har blitt hindret fra å definere historiske begivenheter, og blitt fremstilt som innehavere av en statisk og uforanderlig kultur, kan det til en viss grad hevdes at mayaindianerne har vært ’a people without history’ (Wolf 1982, Friedman 1994: 117).²⁷ Dette statiske og isolerte kultursynet fratrar likevel mayaindianernes handlingskraft, og rolle som aktører i eget livsløp og historie. Det er ikke min intensjon å fremstille turistene som vår tids evolusjonister. På mange måter kan turistenes praksis heller anses som en metafor på dagens globale virkelighet, som nettopp er preget av en økt mobilitet og bevegelse av mennesker, varer og informasjon. Likevel er det påfallende at det i en tid da disse bevegelsene øker i hastighet og omfang, at forestillinger om historie og autentisitet blir viktigere for individer og grupper. I den anledning beskriver Dean MacCannell turistene som moderne pilegrimer som forsøker å

²⁷ Mayabevegelsenes fremvekst må sees i sammenheng med dette, hvis arbeid blant annet er knyttet til dekonstruksjonen ved alle former for essensialisme, og en kamp for historisk selvbestemmelse.

lappe sammen det moderne livs diskontinuitet og fragmentering til en meningsfull helhet, gjennom sin søken etter hva han anser som turismens ”hellige gral” i en kommodifisert verden, nemlig forestillingen om ”autentisk kultur”. Han skriver: “Modern man has been condemned to look elsewhere, everywhere, for his authenticity, to see if he can catch a glimpse of it reflected in the simplicity, poverty, chastity or purity of others” (ibid 1976: 41). I den anledning vil jeg avslutte dette kapittelet med å diskutere hvorvidt turistene oppfattet mayaindianerne i Antigua som ‘autentiske’.

Oppfatninger om ‘maya’ i Antigua

Som i det guatemalanske samfunnet for øvrig er også den sosiale stratifiseringen innen turistnæringen i Antigua rimelig klar. Mens det først og fremst er velstående utlendinger og ladinos som driver reiseselskaper, restauranter og hoteller, utspiller mayaindianerne rollen som ”de eksotiske andre”. I (re)konstruksjonen av Antigua som en kolonialske by spiller derfor mayaindianerne en sentral rolle som ”kolonialske subjekter” (Little 2004a).

For Elizabeth Bell, flere lokalpolitikere og andre personer innen turistindustrien som jeg var i kontakt med, var noe av det mest paradoksale ved turismen i Antigua at så mye er lagt opp rundt mayakulturen. ‘Maya’ blir direkte knyttet til varer og tjenester, og inngår i navn på alt fra reiseselskaper, hoteller, kinoer, spa og matretter. For Bell lå det paradoksale ved denne markedsføringen i at det ifølge henne ikke finnes ”ekte mayaer” i Antigua. Hun mente Guatemalas ”mest autentiske” mayaindianere holder til i de isolerte landsbyene lengre nord i landet. Ifølge henne er det der mayaindianerne på ”ekte vis” praktiserer mayakulturen, mens de mayaindianske håndverksselgerne på markedene i Antigua har en mer ”vestlig anlagt livsstil” på grunn av sin utstrakte kontakt med omverdenen.

Som allerede diskutert, utløste begrepet ‘maya’ en rekke assosiasjoner knyttet til den prekolonialske mayasivilisasjonen blant turistene. Likevel var det delte meninger blant mine turistinformanter om hvorvidt mayaindianerne i Antigua var ”autentiske mayaer”. Litt forenklet kan det hevdes at jeg oppdaget tre forskjellige posisjoneringer knyttet til dette spørsmålet, som jeg vil presentere her:

For majoriteten av de internasjonale turistene ble møtet med ”de eksotiske andre” i Antigua en ambivalent opplevelse. Det var de som mente at mayaindianerne i Antigua ikke var

”autentiske” nettopp fordi de oppholdt seg i en moderne by som Antigua, noe som mayaindianere ikke gjør, ut fra deres oppfatninger. Noen av turistene fikk dermed problemer med å anerkjenne mayaindianernes autentisitet, siden fortiden og nåtiden kolliderer i et skjæringspunkt i Antigua. Dette opplevde jeg blant annet under et informasjonsmøte hos et reiseselskap i Antigua. Den nordamerikanske eieren omtalte Guatemala som et spennende land som dekker alt ”fra vill festing til vill kultur”, og at vi som turister hadde muligheten til å oppleve det sistnevnte den kommende helgen. Reiseselskapet skulle nemlig arrangere en tur til Todos Santos og Nebaj, og forsøkte å rekruttere turister til turen. Dette området utgjør deler av hva ”INGUAT” kategoriserer som ”the living indigenous highlands”. Veronica var en av mine turistinformanter som dro på denne turen. Da hun kom tilbake, fortalte hun at de ”tradisjonelle og historisk ekte mayaene” ikke holder til i Antigua. Da jeg spøkefullt spurte henne om ikke mayaindianerne i Antigua er ”ekte”, svarte hun: ”Jo da, det er vel kanskje mayaer i Antigua også, men der oppe lever de mer isolert med sine tradisjoner, og er kanskje derfor mer beskyttet mot forandring.” For Veronica og en hel del andre turister ble mayaindianerne i Antigua ansett som inautentiske statister i en modernisert og globalisert verden. Jeg opplevde at disse turistene hadde sterke forestillinger om hva som utgjorde det ”ekte maya-iske”, hvor grad av ”maya-het” ble målt på en slags skala fra ”autentisk” til ”inautentisk” ut ifra visse kulturelle markører.

I motsetning til de turistene som ikke anerkjente mayaindianerne i Antigua som ”autentiske”, opplevde jeg at andre turister revurderte sine forestillinger om hvem dagens mayaindianere egentlig er. Denne revurderingen av ’maya’ forekom fordi de ble konfrontert med en virkelighet som ikke samsvarte med deres bakgrunnsoppfatninger. ”Jeg var rett og slett ikke klar over at mayaene levde så moderne,” uttrykte noen turister. Fremfor å ikke anerkjenne disse mayaindianerne som autentiske, endret de altså heller sine oppfatninger knyttet til ’maya’. Det var påfallende at disse turistene ofte var de samme som heller ikke opplevde noe konfliktfylt med representasjonene av Antigua som en kolonialske by. En av årsakene til dette kan være at disse turistene i utgangspunktet ikke hadde så strenge krav og klare oppfatninger knyttet til steders og personers autentisitet. Ut ifra dette mener jeg at forskjellen mellom de to ovennevnte turistgruppene hva angår oppfatninger og anerkjennelse knyttet til ’maya’, kan relateres til deres underliggende motivasjon for å reise. I den sammenheng kan den førstnevnte turistgruppen relateres til ’The Romantic Gaze’ og den sistnevnte til ’The Collective Gaze’. For de førstnevnte turistene var opplevelsen av

autentisitet langt viktigere enn for de sistnevnte turistene, som i større grad var opptatt av det sosiale aspektet ved å reise.

For atter andre turistens oppfattelse av autentisitet var møtet med mayaindianerne i Antigua helt uproblematisk. Dette kan skyldes at disse turistene allerede var innforstått med at dagens mayabefolkning i Guatemala også kan bo i byer, beherske engelsk og bruke elektroniske artikler, og at de ikke nødvendigvis bærer tradisjonelt antrekk. Den 70 år gamle canadiske turisten Dave var en av disse turistene. Selv om hans fortidsengasjement til mayakulturen var enormt, var han i stor grad klar over at dagens mayaindianere er en stor og heterogen gruppe. Ironisk nok nevnte Dave at det ville vært like absurd å reise til Guatemala for å se mayaindianere lik de som eksisterte under mayasivilisasjonen, som det ville vært å reise til Skandinavia for å se vikinger à la de som levde i vikingtiden (jf Hervik 1999).

I dette kapitlet har jeg diskutert representasjonene og oppfatningene som er knyttet til 'maya'. Et hovedanliggende i de to kommende kapitlene vil være å presentere og diskutere hvordan turistenes oppfatninger om 'maya' gjorde seg relevant i konkrete møter med mayaindianske håndverksselgere.

4. Forhandling av kultur på Mercado de Artesanías

Innledning

I dette kapitlet vil jeg fokusere på de mayaindianske håndverksselgernes bruk av ulike identitetskategorier i Antigua. Jeg vil beskrive håndverksselgernes daglige praksis, deres utfordringer og de sosiale relasjonene de inngår i. På grunn av kompleksiteten ved den daglige sosiale interaksjonen på markedet, som består av selgernes innbyrdes relasjoner og deres relasjoner til turister, turistindustrien og lokalpolitikere, vil jeg argumentere for at håndverksselgernes identitetsbruk er strategisk, og kjennetegnet ved å være situasjons- og kontekstavhengig.

Mayaindianske håndverksselgere i Antigua: En historisk bakgrunn

Catalina og Cesaer er et ektepar i 40-årene. De er begge kaqchikel-talende mayaindianere og bor i en landsby omtrent tjue minutter fra Antigua. I over fem år har de pendlet mellom sitt hjemsted og Antigua, hvor de har tjent til livets opphold som håndverksselgere på Mercado de Artesanías. Mens Cesaer tidligere har jobbet som bilmekaniker, har Catalina jobbet som håndverksselger på gatene, og på ulike markeder i Antigua i over 25 år. Da jeg spurte Catalina om hvorfor hun hadde pendlet til Antigua over så lang tid, svarte hun:

Turistene besøker bare steder som Tikal, Lago de Atitlán og Antigua. Vi har ikke råd til å bo i Antigua, derfor må vi hit reise hit hver dag [...] Det er slitsomt og tar mye tid, men Antigua er arbeidsplassen vår og stedet hvor vi tjener penger.

Som beskrevet i forrige kapittel, er Antigua et av stedene i den guatemalanske turistløypen hvor økningen av den internasjonale turismen har manifestert seg tydeligst over det siste tiåret. I takt med de stadig økende besøkstallene har turistindustrien ekspandert enormt, blant annet med fremveksten av nærmere hundre hoteller og omtrent like mange restauranter, språkskoler og reiseselskaper. I dag er turismen den desidert største institusjonen i byen, noe som har lokket mayaindianske språkgrupper som kaqchikel, k'iche', ixil, mam og tz'utujil fra

omkringliggende landsbyer til markedsplassene i Antigua. Samtidig som det er en relativt liten kapitalinvestering involvert i å begynne som håndverksselger, ligger det også et stort fortjenestepotensial involvert i denne praksisen.²⁸ Eksempelvis tjener en etnisk mayaindiansk lærer rundt 1000–2000 dollar i året, mens mayaindianske håndverksselgere kan tjene mellom 2700–8000 dollar i året (Little 2004a). I håp om å oppnå større økonomisk gevinst tenderer flere mayaindianske grupper og individer å reise til Antigua for å delta innen turismen. Historien om Cesaer og Catalina er derfor bare en av mange lignende fortellinger om mayaindianere som daglig pendler mellom sine respektive landsbyer og Antigua.

I Antigua er Mercado de Artesanías, inkludert annekset Compañía de Jesús, det største turistmarkedet med til sammen 437 salgsboder. Markedet er bygget i en kolonialsk stil med brune keramiske fliser, flere blomsterhager, dekorative fontener, sittegrupper, toaletter og en liten kafé. Markedet er omkranset av en gulfarget mur og et gjerde av sorte smijernssprinkler. Mercado de Artesanías ble bygget i 1996, og sto helt ferdig høsten 2002. Byrådets beslutning om å bygge markedet var basert på å gi håndverksselgerne i Antigua et bestemt sted å selge håndverksprodukter. Lokalpolitikerne i Antigua hadde da sett seg lei på gateselgere i sentrumsstrøket av byen, siden selgernes praksis i gatene vanskelig lot seg kontrollere i forhold til salgstill og skatteinnkreving. Fordi selgernes bruk av Antigua var i konflikt med hvordan lokalpolitikerne ville utforme byen, ønsket lokalpolitikerne seg et fast utsalgssted som ville gjøre det lettere å identifisere selgerne og kontrollere arbeidet deres. Budskapet fra byrådets side ble ytterligere forsterket i august 2005, da de gjenværende gateselgerne i Antigua ble truet med å bli utvist fra byen med mindre de fjernet seg fra gatene. Under feltarbeidet forsøkte jeg å få dypere innblikk i denne utvisningsloven, noe jeg ikke lyktes med.²⁹ Alt jeg fikk ut av lokalpolitikerne, var at lovvedtaket var basert på et ønske om å oppnå ”mer orden i gatene” og å skape et ”ryddigere bybilde”. Slik mintes en av lokalpolitikerne hvordan tilstandene var tidligere:

²⁸ En vev for å lage *huipiles*, duker og andre tekstiler koster 50 quetzales. I tillegg må håndverksselgerne betale omtrent 200 quetzales i måneden for leie av salgsbod på Mercado de Artesanías.

²⁹ Gjennom personlig kontakt med Walter Little i etterkant av feltarbeidet, kunne han fortelle at heller ikke han har fått sett noe håndfast lovverk som tilsier at håndverksselgere offisielt sett ikke har lov til å selge i gatene.

Vi hadde for mange gateselgere i Antigua. Befolkningen har riktignok blitt større, og turismen har vokst, men to tusen gateselgere var rett og slett for mange. Det var umulig å gå i gatene uten å bli tilbudt å kjøpe noe. Spesielt i løpet av helgene ville håndverksselgerne hele tiden gå opp til turistene og spørre 'vil du kjøpe noe, vil du kjøpe noe', og det ble for mye [...] Så gjennom organisasjonen 'Let's save Antigua' fikk vi ordføreren til å fjerne gateselgerne.

Det finnes riktignok ingen eksakte tall på hvor mange håndverksselgere det finnes i Antigua. Mine mayaindianske informanter mente at det aldri har vært to tusen selgere i Antigua, og at dette bare var noe lokalpolitikernes hevdet for å forsvare sitt tiltak. Mange av selgerne på markedet anså utvisningstrusselen som et diskriminerende overgrep, og som et forsøk på kontroll og overvåkning fra politikernes side. En kvinnelig selger uttrykte seg slik om saken:

[Lokalpolitikerne] ville sikkert fjernet oss helt hvis de kunne det, men det vet de at de ikke bør. Ingen ville besøkt byen da, fordi turistene vil ha oss her. Det er oss [mayaindianere] turistene ønsker å se. Politikerne vet dette.

Historisk sett har altså forholdene i Antigua vært utfordrende for håndverksselgerne, og deres plass i byen har vært tvetydig. Ut ifra turistenes syn "pryder" mayaindianerne byen, mens deres bruk av Antigua har lenge stått i konflikt med lokalpolitikernes ideal. Dette bestridte lovvedtaket, i kombinasjon med den stadige økningen av antall besøkende turister til byen, har ført til fremveksten av nærmere hundre håndverksmarkeder og -butikker i Antigua. I kontrast til de fleste andre butikkene og markedene i sentrum av byen, som eies av nordamerikanere og ladinos, er majoriteten av håndverksselgerne på Mercado de Artesanías kaqchikel-talende mayaindianere.

På tross av det økte antallet turister i Antigua hadde mange av mine informanter opplevd synkende salgstall over de siste årene. Mange nevnte den store konkurransen om turistene som den største utfordringen ved det å være håndverksselger i Antigua. Cesaer mente løsningen på problemet ville være å promotere flere turistmål i landet, for slik tilstandene er i Antigua, tilfaller pengene som er relatert til økningen innen den internasjonale turismen, først og fremst turistindustrien. Flere av selgerne mente regjeringen var skyldig i denne situasjonen, og uttrykte et sterkt ønske om å bli tatt mer hensyn til av politikere, og i større grad bli involvert i utviklingen av Antigua som turistmål. På grunn av markedets perifere beliggenhet i Antigua og den informasjonen turistindustrien har bidratt til å spre om Mercado de Artesanías som et farlig område med høye priser og dårlig kvalitet på produktene, har markedet lenge slitt med lave besøkstall. I *Lonely Planet* står det skrevet

følgende; “While not at the top end of the quality range, it has a variety of colorful masks, blankets, jewelry, purses and so on. Don’t be afraid to bargain” (Noble og Forsyth 2004: 96). Guider fra ”INGUAT”, turistpolitiet og fra reisebyråer har også krevd prosentandeler fra håndverksselgernes inntekt for i det hele tatt å bringe turister til markedet. I dag jobber håndverksselgerne hardt for å promotere markedet, og for å forandre turistindustriens og turistenes negative oppfatninger av markedet. De nåtidige utfordringene håndverksselgere i Antigua var konfrontert med, gjorde at mange av håndverksselgerne omtalte situasjonen som ”épocas bajas” (dårlige tider).

Manuela og Anacleta

”¿Qué buscas? Compra algo para tu novia” (Hva leter du etter? Kjøp noe til kjæresten din). Slik kom jeg i kontakt med den 32 år gamle Manuela. Manuela og den 63 år gamle Anacleta var de to første håndverksselgerne jeg ble kjent med på Mercado de Artesanías. De er begge to kaqchikel-mayaindianere og bor i Santa María de Jesús, omtrent tretti minutter fra Antigua. Manuela er normalt bygd og lav av vekst. Hun har en rund hodeform, svart skulderlangt hår, rødmussete kinn og en smittende latter. Anacleta er slank og middels høy. Hun har et smalt, rynkete ansikt og et varmt, lunt smil. Anacleta har solgt håndverksprodukter så lenge hun kunne huske:

Min mor lærte meg og søstrene mine å veve da vi var barn [...] Jeg har solgt håndverksprodukter i Antigua og på mange forskjellige steder i Guatemala så lenge jeg kan huske. Det er dette som er jobben og livet mitt.

På tross av sin alder har også Manuela relativt lang erfaring som håndverksselger. Hun sluttet på skolen i 7-års alderen for å følge moren sin på markedene i Antigua, og for å bidra i familiens produksjon av håndverksprodukter. På Mercado de Artesanías selges et stort utvalg av produkter, alt fra *huipiles*, broderte duker, keramikk- og trefigurer til instrumenter og smykker av gull, sølv og jade. Manuela solgte et stort utvalg av ulike håndverksprodukter, mens Anacleta hovedsakelig solgte trefigurer og *huipiles*. Siden de fleste selgerne verken hadde tid eller kompetanse til å lage alle salgsproduktene selv, kjøpte mange produkter fra fabrikker i Panajachel. Det var også vanlig at selgerne lagde noen av produktene selv, og at de byttet varer seg i mellom. Anacleta lagde selv *huipilene* hun solgte, noe som er et meget tidkrevende arbeid. Avhengig av detaljnivået på antrekket kan det ofte ta én til to måneder å lage en *huipil*. Andre produkter, som smykker, duker og broderte

mayakalendere, var hun avhengig av å kjøpe eller bytte til seg fra andre selgere. På grunn av de mange bodene på Mercado de Artesanías hadde håndverksselgerne mange av de samme produktene. Derfor var det viktig å etterstrebe et slags unikt design, eller eventuelt lansere nye produkter for å skille seg fra de andre selgerne. Anacletas løsning var å foredle trefigurene hun bestilte fra en fabrikk i Chichicastenango ved å male og dekorere dem selv. I likhet med de andre håndverksselgerne kunne Anacleta og Manuela ofte tilbringe 8–12 timer på markedet hver dag. Gjennom min tilstedeværelse på markedet fikk jeg over tid innblikk i markedets daglige rytme, og det ble klart at Mercado de Artesanías var så mye mer enn et økonomisk rom. For håndverksselgerne utgjorde markedet også et sosialt rom hvor sosiale relasjoner ble utvidet, vedlikeholdt og forsterket gjennom en rekke dagligdagse praksiser.

Markedets daglige rytme

På tross av håndverksselgernes daglige bekymringer knyttet til deres fremtid i Antigua, salgshall og turismens opp- og nedturer, besto deres arbeidsdag også av en rekke hverdagslige aktiviteter. Mercado de Artesanías er åpent fra klokken 08 til 20 hver dag. For å være i Antigua til åpningstiden står Catalina og Cesaer vanligvis opp klokken 6. Etter en rask frokost gjør de andre nødvendige ærend i Antigua før markedet åpner. Når håndverksselgerne ankommer markedet en halvtime før åpningstiden, utveksles det ofte beskjeder. De inngår forretningsavtaler, avtaler felles lunsj, forteller hverandre historier og diskuterer gårsdagens nyheter og sportsresultater. Inngåelse av vareavtaler, dannelsen av kooperativer og utvekslingen av informasjon bidrar til å skape sterke forbindelser på tvers av ulike mayaindianske språkgrupper, landsbyer og familier. Selgerne bruker omtrent en time på å klargjøre bodene for dagen. Da utstiller de produktene ut ifra hvordan de tror turistene best vil legge merke til dem. Noen grupperer produktene tematisk, mens andre utstiller dem etter farge eller størrelse. Selgerne har også god oversikt over hva de har solgt tidligere, og sentrerer ofte produktutstillingene rundt disse produktene. Etter at selgerne er ferdig med å utstille produktene sine i titiden, er det bare å vente og håpe på at turistene vil komme. Det første Catalina lærte meg om håndverksselgeryrket, var at tålmodighet er en viktig del av arbeidet. En dag jeg hadde avtalt å følge en selger en hel dag, passerte første turistkunde 12.30, altså 4,5 time etter at hun åpnet boden sin. Ironisk nok tok det seg opp helt på slutten av dagen for denne selgeren da en stor asiatisk turistgruppe til sammen brukte mer enn 1000 quetzales på broderte mayakalendere. Andre ganger hendte det at selgerne fikk solgt mye

tidlig på formiddagen, men ikke noe resten av dagen. På tross av selgernes evigvarende usikkerhet knyttet til salg, opplevde jeg ikke at selgerne forsøkte å kapre kunder fra hverandre. Dette var en uutalt regel om at ”det skal du ikke gjøre”.

For håndverksselgerne er dagene sentrert rundt å selge produkter, men i løpet av en arbeidsdag kan det bli relativt mye dødtid for selgerne. Flere nevnte at kjedsommeligheten knyttet til det å vente var det verste med jobben. Vanligvis var markedet mest travelt i tiden mellom 11 og 16. I løpet av formiddagen spiste de fleste lunsj. Som oftest hadde de med seg mat hjemmefra, som suppe, kylling, tortillas, mais, ris og frukt. På dager det var lite turistaktivitet på markedet, benyttet noen også anledningen til å dra på *Burger King* og *McDonald's*. I de periodene i løpet av dagen da det var lite turisttrafikk, benyttet selgerne ofte tiden til å høre på radio, spille kort, lese aviser, spise og snakke seg imellom. Det var et fåtall som hadde tv i boden. Dette skyldes både den begrensede plassen og at selgerne var svært bevisste på at 'The Tourist Gaze' hvilte på dem. De var klar over at turistenes ”krav” om autentisitet fort kunne bli spolert ved tilstedeværelsen av ”moderne” gjenstander. Av samme grunn plasserte selgerne ofte kalkulatorer, mobiltelefoner og andre elektroniske artikler på steder hvor turistene ikke ville få øye på dem. Enkelte selgere benyttet også de roligere periodene av dagen til å hjelpe barna med lekser og studere selv. Det var spesielt mange som ønsket å lære engelsk. Foruten å bistå håndverksselgerne med engelskundervisning fant jeg meg selv også i mange samtaler angående de internasjonale turistene, og krysskulturelle sammenligninger mellom Norge og Guatemala. De var svært interessert i all informasjon som kunne gi dem innsikt om andre kulturer, og for å forstå turistene bedre. Dette var noe de mente jeg på bakgrunn av min kontakt med turistene kunne gi dem. De var også svært opptatt av nyheter og hendelser som direkte og indirekte kom til å berøre dem, hvorav kriminalitet og vold var gjennomgangstemaer. Dette var noe de visste kom til å påvirke besøkstallene til Antigua og deres egne salgshall. Spesielt i forkant av påsketiden opplevde jeg at det vokste frem en slags delt bekymring blant selgerne, siden påsken også er en høysesong for kriminalitet og overfall mot turister. I tråd med James Scott kunne denne daglige formen for deling og flyt av informasjon, engstelser og humor bli ansett som et 'weapon of the weak' hvor selgerne fikk utløp for frustrasjon og bekymringer (ibid 1990).

Omtrent klokken 19 begynte håndverksselgerne å forberede seg på å stenge for dagen. De fleste oppbevarte de fleste av produktene i boden over natten, og tok med seg de dyreste

produktene hjem. Catalina og Cesaer solgte *huipiles* til sammen verdt flere tusen quetzales, og fraktet derfor disse frem og tilbake til Antigua hver dag. Delingen av arbeidsoppgavene på markedet var nokså klare mellom kvinnene og mennene. En av Cesaers mest sentrale arbeidsoppgaver var pakkingen og fraktingen av ”bultos” med produkter til og fra markedet. Mennenes rolle var ofte litt mer tilretteleggende og praktisk. Som kjennetegnet ved turistlitteraturen jeg diskuterte i forrige kapittel, har også kvinnene den mest iøynefallende rollen på markedet. Det er kvinnene som tilbringer mest tid i salgsbodene, og har mest kontakt med turistene. Walter E. Little viser i den anledning hvordan kaqchikel-mayaindianernes markedspraksis har ført til en reorganisering av kjønnsrollene, hvor kvinnens sentrale rolle på markedet har gjort henne mer autonom i forhold til mannen. I større grad enn tidligere er det i dag kvinnene som kontrollerer husholdets inntekter, mens mennene har overtatt en del av oppgavene i hjemmet (ibid 2004a).

Relasjonen mayaindiansk selger- internasjonal turist

Turistene oppsøkte Mercado de Artesanías av ulike grunner. Selgerne var fullstendig klar over den store forskjellen mellom turistene, men de mente at alle turister besøkte markedet av hovedsakelig tre årsaker. Enten for å se og oppleve mayaindianere, kjøpe håndlagde suvenirer, eller for å øve seg på spansk. På et stort marked som Mercado de Artesanías er det opplagt for turistene at dette er et rom hvor penger og varer fort kan skifte eiere. Dette følte jeg selv også på kroppen da jeg første gang skulle besøke markedet. Jeg kan i ettertid forestille meg at jeg sto og måpte utenfor inngangen og tenkte at der ventet over 400 salgsboder på å sluke både meg og ”SAIH”-stipendet mitt.

Etter å ha observert uttallige salgsrelasjoner fra ulike posisjoner (som observerende antropolog, som tolk mellom selger og turist, samt som kjøpende antropolog/turist), oppdaget jeg noen gjennomgående fellestrekk ved relasjonene mellom selgere og turister. Handlingssekvensen under illustrerer mange interessante aspekter som kjennetegner disse relasjonene. På den ene side de internasjonale turistenes forestillinger om autenticitet og historie, og på den annen side de mayaindianske håndverksselgernes forvaltningsstrategier av kultur, identitet og historie.

Mercado de Artesanías, mars 2006

Midt i Mercado de Artesanías er det en stor hage. På den frodige gressplen står det en stor fontene omkranset av fargerike blomsterbed og flere sittegrupper. Det er ekstra mye turisttrafikk i dag siden det er lørdag og strålende solskinn. Selv sitter jeg på en benk i denne hagen og observerer folkelivet. Rett utenfor salgsboden sin sitter Catalina og vever på en nylig påbegynt duk. Hun sitter på en stråmatte med en liten kurv med forskjellige garnnøster og andre veveredskaper ved sin side. Hun bærer en *huipil* med et fargerikt blomstermønster. Brillene har hun langt ned på nesa, og blikket hennes er konsentrert festet til veven. Med raske håndbevegelser og kirurgisk presisjon fører hun ulike tregjenstander gjennom et sammensurium av tråder. Men jevne mellomrom stikker hun den ene tregjenstanden i hestehalen og strammer det innvevde mønsteret til seg. Rundt henne står det en ansamling av turister, og inn i mitt synsfelt kommer det nok en turistgruppe. En skarp ringetone blander seg plutselig inn i lydbildet, og en middelaldrende mann trekker frem en walkie-talkie fra beltet sitt. "Wayne, where are you? I'm at the marketplace, where are you?" Sammen med resten av turistgruppen forsvinner han dypere inn i markedet. Catalina blir så anropt av Cesaer, som for øyeblikket sitter på en krakk i boden og leser avisen. Utenfor boden står det en mann og en kvinne i 50-årene og studerer ulike *huipiles* som er opphengt i boden. Catalina avslutter vevingen, og går bort til boden for å betjene turistene. Turistene behersker spansk godt, men med tydelig amerikansk aksent.

Kvinnelig turist: "Hei, hvor mye koster disse?"

Catalina: "Vel, prisen avhenger av kvaliteten på arbeidet. Alt fra 500 til 3000 quetzales."

Kvinnelig turist: "De er nydelige. Hvor er din drakt fra? Har du laget den selv?"

Catalina: "Denne har jeg laget selv, ja. Den er fra San Antonio Aguas Calientes hvor jeg bor." [Fra en bunke med ulike tekstiler trekker Catalina frem en identisk *huipil*. Hun viser turistene de detaljerte broderingene, og forteller dem at dette er det beste minne de kan ta med seg hjem fra Guatemala.] "Siden jeg ikke har fått solgt noe særlig i dag, skal dere få en spesialpris," sier Catalina og smiler.

Mannlig turist: "Er den ekte maya?" [Han peker på *huipilen* som Catalina har vist dem.]

Catalina: ”Ja, den er av vår kultur. Designet og mønstrene stammer fra våre forfedre, helt tilbake til Tikal og den gamle mayasivilisasjonen. Har dere vært i Tikal?”

Mannlig turist: ”Ikke ennå. Vi skal dit neste uke, før vi drar tilbake til USA.”
[Han begynner sakte å bevege seg mot neste bod.]

Kvinnelig turist: [Hun tar tak i armen på den mannlige turisten] ”Vent! Kan vi ikke kjøpe den av henne? Den er jo håndlaget, og i tillegg vet vi jo at hun er ekte maya. Hun er jo så søt og hyggelig. Hun vil ikke lure oss.”

Mannlig turist: ”Jo, hun er hyggelig. Hvis du vil ha den, så kan du jo prøve å prute, men jeg synes du skal vente litt. Det er sikkert mange andre boder her som selger slike.”

Turistene unnskylder seg overfor Catalina og går mot fontenen hvor de snakker sammen i noen minutter. Kvinnen gestikulerer energisk, mens mannen myser i det sterke motlyset fra sola. Deretter kommer kvinnen tilbake til Catalinas bod og sier at hun vil kjøpe *huipilen*. De blir enig om prisen, og Catalina overrekker posen til den kvinnelige turisten. ”Tusen takk,” sier kvinnen. ”Tusen takk til Dem,” svarer Catalina. Kvinnen går tilsynelatende tilfreds bort til den mannlige turisten og kysser han på kinnnet, før de begge forsvinner videre inn i markedet. Catalina smiler til meg og setter seg så ned for å veve igjen. Ikke lenge etterpå har en ny ansamling av turister stilt seg opp rundt henne.

Forhandling av kultur

Som i handlingssekvensen over, var relasjonene mellom selgere og turister ofte flyktige og kortvarige av karakter. Et fåtall av turistene besøkte markedet mer enn én gang. Denne raske gjennomtrekken av turister gjør det mer utfordrende for selgerne å etablere salgsrelasjoner. De fleste selgerne har gjennom mange års erfaring utviklet mange alternative innfallsvinkler for å komme i kontakt med turistene. Catalina ble ansett som en meget dyktig selger av de andre håndverksselgerne, og da jeg spurte om hvordan hun visste hva hun skulle si til turistene, la hun vekt på viktigheten av å ”studere turistene”. Hun mente det var viktig å finne ut hvor turistene er fra, hva slags produkter de er interessert i, og tilnærme seg dem på en måte som ville gjøre dem interessert. For Catalina og de andre håndverksselgerne var det viktig å etablere en hyggelig dialog forut for et eventuelt salg. Alt fra fremvisning av veving til humoristiske kommentarer og spørsmål om turistenes hjemland ble ofte brukt som virkemidler. Selgerne la også stor vekt på å være behjelpelige med tips om reisemål og

hoteller, og konkrete sikkerhetsråd. Innfallsvinklene var mange, men målet var knyttet til å etablere en vennlig relasjon og oppnå en form for sympati. Basert på sine erfaringer hadde håndverksselgere noen klare meninger om ulike ”turisttyper”, og stereotyper knyttet til turistenes kjønn og nasjonalitet. Kvinnelige turister ble generelt omtalt som å være de beste kundene, fordi de ble ansett som mer utadventde og åpne enn mannlige turister. En selger uttrykte: ”Kvinnene er mer entusiastiske, de vil snakke med oss og se på alle produktene våre. Mennene er roligere, jeg tror de helst ønsker å slappe av på ferie.” Hva angår turistenes nasjonalitet, ble nordamerikanske turister ofte ansett som høyrøstede og kritiske.

Nordeuropeere ble ofte omtalt som de mest kjøpevillige, men samtidig også ansett som beskjedne og litt utfordrende å komme i kontakt med. Tyskere ble ofte referert til som innsluttede, franskmenn som småarrogante, mens det var en slags rådende enighet om at asiater er gåtefulle. På bakgrunn av de gjensidig eksisterende stereotypiene som oppstår i møtet mellom håndverksselgere og turister, er relasjonen mellom dem preget av en korresponderende strøm av stereotyper, hvorav ’The Tourist Gaze’ bare utgjør én dimensjon. Det var nettopp følelsen av å være ”overvåket” og stigmatisert som ”rike vestlige” som gjorde at flere turister ga uttrykk for at de ikke trivdes på markedet. Dette kan også forklare hvorfor enkelte foretrakk å bruke kategorier som ’reisende’, ’utforskere’ og ’eventyrere’ for å omtale seg selv, fremfor ’turist’.

Når det forelå en potensiell salgsrelasjon, var det spesielt tre momenter som var viktige for turistene og som ble forhandlet i møtet med håndverksselgerne. For det første var det viktig at selgeren ble oppfattet som ”ekte maya”. I forhold til anerkjennelse av mayaidentitet spilte etniske og kulturelle markører en sentral rolle. Pierre Van den Berghe (1996a) mener at noen etniske markører fungerer bedre enn andre, fordi de fremstår som mer naturlige og autentiske. Fra håndverksselgernes side var mayaindianske språk og folkedrakt (*traje* og *huipil*) de viktigste virkemidlene som etnisitet og kulturell annerledeshet blir forhandlet gjennom. Ofte ble mayaindianske språk brukt i private samtaler mellom selgerne, og for å overlevere raske beskjeder seg imellom. Noen turister syntes det å høre mayaindianske språk var en eksotisk opplevelse, som nærmest bekreftet selgernes ”maya-het”. Enkelte turister tilbød håndverksselgerne betaling hvis de snakket kaqchikel mens de filmet. Andre turister var derimot overbevist om at mayaspråkene var en slags hemmelig kode som ble brukt for å lure turistene. ”De snakker bare maya for å forvirre oss,” hørte jeg en turist si. Flere av selgerne syntes denne språklige problematikken var vanskelig å forholde seg til. I et intervju uttrykte Gloría lettere oppgitt:

Uansett hva vi snakker, så blir ikke alle turistene fornøyde [...] Det er så mange som tviler på kvaliteten og autentisiteten på produktene våre, derfor pruter de mye. Jeg vil gjerne fortelle dem om produktene mine, men få er så gode i spansk at de forstår.

Den samme problematikken gjorde seg også gjeldende overfor bruk av engelsk. Selv om bruk av engelsk ofte kunne løse opp i den språklige problematikken, ble mange turister skuffet og provosert hvis selgerne snakket engelsk til dem. Manuela var en av selgerne som behersket engelsk relativt godt. Ved en salgsrelasjon jeg observerte, forsøkte hun å forklare en kvinnelig fransk turist hvorfor prisene på ulike *huipiles* varierte så mye. I likhet med mange turister likte denne franske kvinnen det fargerike antrekket fra San Antonio Aguas Calientes. Disse er betraktelig dyrere enn andre *huipiles* fordi de er brodert på begge sider, noe som gjør dem ekstra tidkrevende og kompliserte å lage. Etter forgjeves å ha forsøkt å formidle dette til turisten på spansk, slo Manuela over til engelsk, men ble raskt avbrutt av turisten: "Please don't speak English to me, lady. I haven't come all the way to Guatemala to speak English," sa hun fornærmet og gikk videre. Denne episoden var riktignok noe ekstrem, men språklige kommunikasjonsproblemer var generelt det selgerne anså som det største problemet knyttet til relasjonen med de internasjonale turistene.

Bruk av tradisjonelt antrekk var i motsetning til bruk av språk en langt "sikrere" kulturell markør å fremvise i kontakt med turistene. Også *ladinas* (kvinnelige guatemalanere) brukte i mange tilfeller *huipiles* på markedet for å samsvare med turistenes forestillinger om 'maya'. Det var delte meninger blant de mayaindianske selgerne om at *ladinas* brukte tradisjonelt antrekk som en salgsstrategi. Noen relaterte dette til hvordan mayaindianere har blitt utnyttet helt siden de spanske conquistadorenes ankomst, mens andre syntes det var smigrende at ikke-mayaindianere brukte tradisjonelt antrekk. Også for mange mayaindianske selgere, spesielt de under 30 år, var bruken av tradisjonelt antrekk forbeholdt tiden de jobbet på markedet. På markedet var Manuela og Anaclea begge alltid ikledd *huipil*. Mens Anaclea brukte tradisjonelt antrekk både på markedet og hjemme i Santa María de Jesús, brukte Manuela vanligvis det på markedet. "Turistene elsker våre folkedrakter, derfor bruker jeg *huipil* på jobb, men hjemme bruker jeg alltid vestlige klær, de er mer behagelige," fortalte Manuela sin klesbruk. For Manuela var bruken av tradisjonelt antrekk kontekstavhengig og pragmatisk betinget. Hun skiftet også regelmessig mellom *huipiles* med stedstilhørighet fra ulike mayaindianske landsbyer. Blant de eldre kvinnene på markedet, deriblant for Catalina, var bruken av *huipil* mer knyttet til meningsaspektet enn det pragmatiske. Hun la stor vekt

på at bruken av tradisjonelt antrekk var symbolsk, og at plagget reflekterte kulturelt opphav og stedstilhørighet. Likevel var hun ikke fremmed for at mange turister assosierte bruk av tradisjonelt antrekk til ”mayakultur”, og hun var derfor også bevisst antrekkets sentrale rolle i konstruksjonen av kulturell annerledeshet.

De to andre momentene som ble tatt opp i møtet mellom turistene og håndverksselgerne, var knyttet til selve produktene, om hvorvidt de var håndlaget, og om de ble ansett som gamle og autentiske. Både turistindustrien og turistene i Antigua var svært opptatt av kvaliteten på det som ble solgt, og produktenes autenticitet ble ofte bestridt. Under et intervju ga Elizabeth Bell tydelig uttrykk for hva hun mente om produktene:

Jeg vet jo at varene som selges i Antigua, ikke er ekte mayahåndverk, mange av produktene er fabrikklaget i Asia. [Selgerne] er ikke opptatt av at produktene de selger, er historiske eller autentiske lenger. Likevel synes jeg jo synd på dem, fordi jeg vet jo at de er helt avhengig av å selge til turistene (ibid 2006).

Mange av mine turistinformanter dro til markedet for å kjøpe suvenirer og gaver. For danske Marianne var det viktig ”å ha med et minne hjem som var ekte”. Muligens ut ifra en tankegang om at en liten andel symbolsk kapital fra møtet med ’de andre’ ville bli overført til suvenirene som hun kunne bringe med seg hjem som et evig minne. Av praktiske hensyn ønsket turistene i tillegg ofte små og lette håndverksprodukter. Løsningen for selgerne har vært å forminske håndverksproduktene, noe som må anses som en innovativ form for kommersialisering i forhold til turistenes behov og ønsker. I kontakt med selgerne kunne turistene ofte gi direkte uttrykk for at de ønsket noe ”håndlaget”, ”gammelt”, ”autentisk” eller noe ”ekte maya”. Produktene som var mest populære blant turistene, var de som øyensynlige var mest i overensstemmelse med disse ønskene. Spesielt populære var håndlagde mayakalendere, seremonielle tremasker, duker og forminskete steinfigurer med inskriberte hieroglyfer og mytologiske skikkelser fra *Popol Wuj*. Det hendte også at jeg ble benyttet og trukket inn i salgsrelasjoner for å autentifisere selgerens produkter og tradisjoner. Enkelte ganger hendte det at turister var nysgjerrige på min tilstedeværelse, og spurte hva jeg bedrev hvis jeg befant meg i nærheten av bodene. En gang da det skjedde, svarte en selger ”han er fra Norge, og har kommet for å studere oss fordi våre tradisjoner er noe unikt”. I dette konkrete tilfellet opplevde jeg at min tilstedeværelse og faglige bakgrunn ble relevant og benyttet som et ”autentifiseringsverktøy” av selgeren. Flere av turistene som jeg var snakket med, var engstelige for å bli lurt, og mange prutet derfor hardt i salgsrelasjonene.

Dette var også noe guidebøker, guider og språkskoler oppfordret dem til å gjøre. Blant selgerne ble det ansett som umoralsk å lure turister. Selgerne oppfordret ofte turistene til å sammenligne prisene på deres varer med prisene på de samme varene i butikker i Antigua. De fleste turistene tok slike kommentarer som en tillitserklæring. Selv om turistene ikke nødvendigvis endte opp med å kjøpe noe, var kontakten med turistene også en mulighet for selgerne å få tilbakemeldinger på produktene sine. Derfor spurte de ofte hva turistene lette etter, og eventuelt hvorfor de ikke ville kjøpe bestemte produkter. Foruten ”vanlige” ferierende turister som ville kjøpe med seg suvenirer, møtte jeg også flere utenlandske storsamlere og oppkjøpere fra USA, Mexico og Tyskland. For disse personene ble historie og tradisjoner knyttet til materiell kultur nærmest som et kulturelt fingeravtrykk isolert i tid og rom. I disse tilfellene flyter håndverksproduktene motstrøms bevegelsen av turister, og påbegynner sin egen sosiale biografi (Kopytoff 1986). Mange selgere har også funnet sin nisje ved å etablere kontakter til oppkjøpere i utlandet som de eksporterer varer direkte til. I forhold til å etablere utenlandske kontakter, har håndverksselgerne også sett nytten av Internett. De har nylig laget en rikt illustrert hjemmeside hvor de ”interaktive turistene” har muligheten til å se bilder fra markedet og bodene, stille spørsmål og bestille håndverksprodukter direkte hjem.³⁰

Identitetsbruk som strategi

Clyde Mitchell (1956 og 1966) beskriver en form for situasjonell etnisitet fra Rhodesia, hvor en mann i en situasjon vektlegger sin rolle som stammemedlem, mens samme mann i en annen situasjon fremhever sin rolle som lønnsarbeider. På bakgrunn av dette situasjonelle aspektet ved identitetsbruk omtaler Mitchell kultur som et slags fryselager hvor individer henter frem de tradisjoner, verdier og normer som gir mening og kan løse opp i den foreliggende situasjonen. Mellommenneskelige møter foregår riktignok ikke på fryselageret, men i konkrete situasjoner med individer som ofte målbevisst prøver å utrette noe. Derfor er ikke motivasjonen for identitetsbruk bare knyttet til meningsaspektet, men også til det pragmatiske (Berkaak 2005). På lignende måte opplevde jeg at håndverksselgernes identitetsbruk ikke var noe gitt. Nedenfor vil jeg argumentere for at deres identitetsbruk var

³⁰ Mercado de Artesanías` hjemmeside: <http://www.artesantiasantiguaguatemala.com/Mercado.asp>

pragmatisk, og kjennetegnet som kontekst- og situasjonsavhengig. (Eidheim 1971, Kearney 1996, Little 2004b).³¹ I den sammenheng vil jeg også diskutere hvorfor de mayaindianske håndverksselgerne stilte seg på utsiden av mayabevegelsens arbeid.

Et gjennomgående funn var at det ikke eksisterte et enkelt en-til-en-forhold mellom hvordan mine mayaindianske informanter identifiserte seg, og hvordan de brukte identitetskategorier i konkrete samhandlingssituasjoner til internasjonale turister på markedet, og til ladinos og lokalpolitikere utenfor markedssfæren. For mayaindianske håndverksselgere i Antigua var det en del av deres hverdag å forholde seg til hvordan deres kulturelle identitet ble stereotypifisert fra ulike hold og på forskjellige måter. De befant seg i en gråsoner mellom turistenes romantiske oppfatninger om 'maya', Antiguas fiendtlige lokalpolitikk, og i en større sammenheng innen den geopolitiske konteksten av Guatemala. På bakgrunn av den diskrimineringen som har eksistert og fortsatt finner sted overfor mayabefolkningen i Guatemala, ble jeg litt overrasket over at mine informanter var skeptiske til mayabevegelsens arbeid og intensjoner. Spesielt med hensyn til alle de problemene de har blitt konfrontert med gjennom årenes løp som håndverksselgere i Antigua. Det viste seg likevel at de ikke støttet mayabevegelsens bruk av 'maya' som en kollektiv kulturell identitet i den nasjonalpolitiske diskursen om mayaindianske rettigheter. Dette skyldtes ikke at de var uinteressert i eller prinsipielt imot mayabevegelsens arbeid. Flere av selgerne mente at de ikke var tjent med å bli en del av mayabevegelsens arbeid, fordi de feilprioriterte kampsaker i sitt identitetsprosjekt. Et gjennomgående svar i den sammenheng var at de syntes det var bra at noen jobbet for mayaindianske rettigheter, men at mayabevegelsen overfokuserte på kulturell og historisk revitalisering i sine prosjekter. Det var ingen av mine informanter som støttet bruken av 'maya' i et nasjonalpolitisk identitetsprosjekt. En av årsakene til dette var at de generelt savnet en mer "praktisk politikk" hos mayabevegelsen. Eksempelvis var selgerne langt mer opptatt av å diskutere bekjempelsen av kriminalitet for å forhindre en nedgang innen turismen, enn at deres mayaindianske språk skulle få status som nasjonalspråk. I motsetning til mayabevegelsens bruk av 'maya' som en kollektiv mayaindiansk identitet, ville ikke håndverksselgerne låse sin identitetsbruk til kategorien 'maya'. Dette skyldes at de i sitt daglige liv var avhengige av et bredt identitetsspekter på

³¹ Harald Eidheim (1971) viser hvordan det situasjonelle aspektet ved etnisitet kommer frem i ulike samhandlingssituasjoner mellom samer og nordmenn. Michael Kearney (1996) knytter bruken av kulturell identitet opp mot kapitalbegrepet, hvor identitet behandles som en slags verdi som kan konverteres og benyttes pragmatisk.

bakgrunn av kompleksiteten av de sosiale relasjonene de deltar i. Derfor var de avhengige av å tilpasse kulturell identitet i forhold til hva som i en gitt situasjon ble oppfattet som hensiktsmessig. Deres bruk av 'maya' var forbeholdt markedet og kontakten med de internasjonale turistene. De fremstilte seg ofte i henhold til de mystiske forestillingene om mayaindiansk kultur i møtet med turistene. I den anledning vil jeg argumentere for at turistenes oppfatninger om 'maya' utgjorde en av flere faktorer som påvirket de mayaindianske håndverksselgerne til å stille seg på utsiden av mayabevegelsen. Mayabevegelsens arbeid har blant annet nettopp vært knyttet til å dekonstruere de eksisterende stereotypiske identitetsrepresentasjonene av 'maya'. Håndverksselgernes bruk av 'maya' var mer likevel mer enn en salgsstrategi og en 'noble savage'-rolle de inntok i kontakt med turistene. Den store majoriteten av selgerne identifiserte seg som 'indígenas', og anså seg selv som "etterkommere av mayaene" (Antepasados de los Mayas). Flere mente de var forbundet med mayasivilisasjonen gjennom blod, historie, tradisjoner, språk og klesdrakt. Flere av selgerne uttrykte også at de følte de bidro med å opplyse om mayakulturen og videreføre håndverkstradisjoner gjennom sin praksis på markedet. Anaclea uttrykte:

Arbeidet mitt er ikke bare en inntektskilde. Arbeidet er livet mitt også. Det gir meg stolthet og glede å videreføre kulturen og håndverkstradisjonene våre [...] På markedet praktiserer vi kultur hver dag, samtidig som turistene får muligheten til å lære mer om mayakulturen. Det synes jeg er bra.

Det vil derfor vil være reduksjonistisk å hevde at selgernes bruk av 'maya', og deres markedspraksis for øvrig, bare var økonomisk betinget. Mange håndverksselgere vektla også at den økte inntekten innen turismen ga dem økt kulturell autonomi og bedre grunnlag for å videreføre tradisjoner og forsterke relasjoner på tvers av familier, landsbyer og mayaindianske språkgrupper.³²

Utenfor markeds konteksten benyttet ikke håndverksselgerne 'maya' som identitetskategori. Dette skyldes at mayaindiansk identitet sjelden var formålstjenlig å gjøre relevant utenom i relasjon til turistene. Derfor underkommuniserte de ofte etnisk identitet, og fremhevet sitt yrke som 'håndverkere' og helst 'selgere'. For håndverksselgere i Antigua har normaltilstanden vært preget av utfordringer og konflikter knyttet til lokalpolitikere,

³² Den diskusjonen vil bli forlenget i neste kapittel.

turistindustrien og lokalbefolkningen. For mayaindianere er diskriminering et dagligdags fenomen som kan forekomme gjennom alt fra nedsettende blikk til diskriminerende slengkommentarer og begrensede utdannelses- og jobbmuligheter. På spørsmål om de hadde opplevd å bli diskriminert, kunne alle håndverksselgerne fortelle om episoder hvor de følte at deres identitet som mayaindianer hadde gjort at de ble dårlig behandlet. I et intervju fortalte Cesaer meg følgende historie:

Min sønn har alltid vært svært flink med elektronikk. Gi han en ødelagt radio, og han vil ordne den for deg [...] For noen år siden fikk han en stilling i en elektronikkbutikk i Antigua. Da han skulle levere papirene sine, forsto sjefen at sønnen min var kaqchikel. Noen dager etterpå fikk han beskjed om at de ikke lenger hadde brukt for han i butikken. Han hadde bedre utdanning enn sjefen, men han var mayaindianer. Det var grunnen.

På tross av at ingen av mine informanter på markedet solgte håndverksprodukter i gatene, har flere av dem blitt trakassert av politiet og turistpolitiet i Antigua. Mange har blitt stoppet mens de har vært på vei gjennom Antigua for å utføre ærend eller for å legge varene sine på lagerplasser. De har gjentatte ganger blitt anklaget for å selge varer på gatene, blitt anholdt av politiet, ilagt bøter og fratatt varer verdt store summer som de aldri har fått tilbake. Flere ganger var jeg vitne til at gateselgere brukte turister som ”skjold” for å beskytte seg mot politiet og erte dem. De vet at politiet sjelden vil gjøre dem noe hvis det er turister til stede. Denne formen for humor og underkjennelse av lokalpolitikernes utforming av byen blir på den måten en slags ’anti-rite’ (Douglas 1966). På bakgrunn av slike opplevelser underkommuniserte mange sin ”maya-het” vis-à-vis ladinos og lokalpolitikere for å unngå å bli forskjellsbehandlet i negativ forstand, gjennom å benytte andre identitetskategorier. Ved gjennomføringen av en spørreundersøkelse i forkant av påsken fikk jeg innblikk i nettopp dette.³³ Et av spørsmålene var knyttet til hvordan de identifiserte seg selv. Av de 50 kaqchikel-talende håndverksselgerne jeg intervjuet, svarte 11 at de identifiserte seg som ’kaqchikel’, 11 svarte ’indígena’, mens hele 28 av dem svarte ’guatemalteco/a’ (guatemalaner). Resultatene forbauset meg, og jeg skjønnte rett og slett ikke hvorfor så mange hadde svart ’guatemalteco/a’. Jeg følte en stund at hele spørreundersøkelsen var verdiløs. Da jeg i ettertid analyserte spørreundersøkelsen nærmere, var det påfallende at det var de selgerne som jeg hadde hatt minst kontakt med, som hadde svart at de anså seg selv som

³³ Spørreundersøkelsen er vedlagt i appendix (s.114)

guatemalanere. Utover feltarbeidet, da jeg gradvis ble bedre kjent med selgerne, innså jeg at flere av dem hadde vært skeptiske til hva spørreundersøkelsen skulle brukes til. Siden jeg utførte spørreundersøkelsen tidlig i feltarbeidet, var det flere av mine informanter som ennå ikke var helt fortrolige med min rolle som antropolog. I ettertid fortalte flere meg at de absolutt ikke så på seg selv som guatemalanere, men i visshet om at informasjonen fra spørreundersøkelsen kunne ende i hendene på lokalpolitikere og byrådet, ville det se bedre ut hvis de profilerte markedet på bakgrunn av den mer nøytrale kategorien 'guatemalteco' enn både 'kaqchikel' og 'indígena'. Selgerne var altså opptatt av å tiltrekke seg minst mulig oppmerksomhet fra lokalpolitikernes side, og unngå å skape en enda større konflikt. Dette var også en av grunnene til at de som gruppe ikke ville involvere seg i mayabevegelsens politiske arbeid, i og med at dette muligens ville bli ansett som trussel av lokalpolitikerne, og medført en enda større konflikt innen den lokalpolitiske konteksten selgerne befant seg i. Derfor fremmet de ikke sine interesser som mayaindianere, men argumenterte at de som 'håndverkere' og 'selgere' hadde visse rettigheter på lik linje med andre næringsdrivende i Antigua. I de tilfeller håndverksselgerne etablerte en kollektiv mayaindiansk identitet på markedet, var da de sto konfrontert med felles utfordringer. På midten av 1990-tallet opprettet de foreningen *Asociación de Artesanos de la Compañía de Jesús* som har jobbet for å promotere markedet og samarbeide med byrådet som altså ikke har vært spesielt overbegeistret over deres tilstedeværelse i byen. Faktisk har alle lederne for organisasjonen vært ladinos, og det på tross av at den store majoriteten av håndverksselgerne på Mercado de Artesanías er mayaindianere (Little 2004a). Nok en gang har dette å gjøre med at de har forsøkt å navigere seg gjennom det lokalpolitiske landskapet ved å tiltrekke seg minst mulig oppmerksomhet. De fleste av de kaqchikel-talende selgerne på markedet mente det var bedre å ha en ladino-selger som leder, fordi han tross alt er markedets ansikt utad og har mest kontakt med lokalpolitikerne.

I dette kapitlet har jeg vist hvordan kulturell identitet, salgsstrategier og sosiale relasjoner er sammenvevd i håndverksselgernes daglige praksis på markedet. Det er i dynamikken mellom hjem, marked, Antigua, og i en større skala den etniske diskursen i Guatemala, hvor kulturell identitet kontinuerlig blir forhandlet og konstruert. Selv om håndverksselgernes identitetsbruk var strategisk og situasjonsavhengig, kunne de ikke velge og vrake mellom ulike identitetskonfigurasjoner. Identitetsbruk var ikke et isolert valg som var upåvirket av den større omkringliggende politiske, økonomiske og sosiale konteksten de befant seg innen. Identitetsbruk blant mayaindianere ble utformet i et spenningsfelt, hvor markedet utgjorde én

av flere, til dels motsetningsfylte, kontekster der slike konstruksjoner fant sted. Den strategiske identitetsbruken kan anses som en slags ”overlevelsesmekanisme” for å tilpasse seg de skiftende omgivelsene og personene de er i kontakt med. På mange måter er håndverksselgernes liv og suksess på markedet avhengig av hvorvidt de lykkes i å forvalte sin kulturelle identitet i ulike sammenhenger.

5. Det mayaindianske hjem som attraksjon i 'bakregion'

Innledning

I dette kapittelet vil jeg presentere og diskutere hvordan det mayaindianske hjem gradvis har blitt inkorporert som en attraksjon og vare innen den internasjonale turismen i Guatemala. Etter å ha etablert en historisk kontekst for temaet, vil jeg presentere et nyinitiert turistprogram i en landsby utenfor Antigua, der et håndverkskooperativ bestående av mayaindianske kvinner har åpnet sitt hjem for internasjonale turister. Jeg vil kort gjøre rede for min kontakt med kooperativet, og presentere en skoleutflukt jeg deltok på sammen med noen av mine turistinformanter til dette kooperativet. Kapittelet vil berøre flere av avhandlingens hovedtemaer, som forestillinger og forvaltning av autentisitet og historie, møtet mellom mayaindianere og turister, fremveksten av nye strategier og turistløyper innen turismen, og forholdet mellom det lokale og globale.

En historisk bakgrunn

Den første organiserte fremvisningen av det mayaindianske hjem forekom på Den nasjonale messen 'La Aurora', som jevnlig ble avholdt i Guatemala by mellom 1931 og 1944 (Little 2004a). I den anledning ble mayaindianere fra ulike regioner i landet kommandert til å delta for å stimulere den internasjonale turismens vekst, og skape en fellesnasjonal identitetsfølelse. På messen ble det blant annet konstruert og utstilt en mayalandsby for å vise frem tradisjonell mayaindiansk kultur. De deltakende mayaindianerne ble instruert til å lage håndverksprodukter, fremføre tradisjonell musikk og dans samt utføre "eldgamle ritualer". Med årenes løp ble dette messens mest populære og besøkte utstilling blant turistene, som strømmet til for å oppleve hvordan mayaindianere lever og bor.

Gradvis som antallet av besøkende turister og turistindustrien økte i omfang utover siste halvdel av 1900-tallet, ble stadig flere mayaindianere involvert innen turismen. Et relativt nytt fenomen over det siste tiåret er nettopp involveringen av det mayaindianske hjem som

en kommoditet og attraksjon i den guatemalanske turistløypen. Spesielt i mange landsbyer omkring Antigua har mange mayaindianske familier og kooperativer åpnet sine dører for guidede turistomvisninger. I motsetning til den nasjonale messen på 1930-tallet, hvor mayaindianere ble kommandert til å kommodifisere og presentere mayaindiansk kultur, velger dagens involverte individer dette selv. Mange av disse individene har tidligere jobbet som håndverksselgere i Antigua, men på grunn av det stadig økende antallet av håndverksselgere og den tiltakende konkurransen på markedene, har mange opplevd en markant nedgang i sine salgstall. Dermed har mange vært nødt til å endre salgsstrategier, utvikle nye produkter, eller eventuelt også skape helt nye prosjekter. Involveringen av det mayaindianske hjem som en vare må derfor sees i sammenheng med at mayaindianske individer strategisk har forsøkt å finne nye nisjer og muligheter for å tjene penger innen turismen. På bakgrunn av dette har det over det siste tiåret vokst frem stadig flere forbindelser mellom turistindustrien i Antigua og de omkringliggende mayaindianske landsbyene, preget av en gjensidig bevegelse av varer, ideer og mennesker (turister, mayaindianere, guider, ambassadører, tv-team og antropologer).

Et turistprogram tar form

I en landsby utenfor Antigua dannet åtte mayaindianske kvinner i september 2005 landsbyens første håndverkskooperativ. Etter nøye planlegging initierte de et turistprogram hvor turister skulle få innblikk i deres tradisjonelle arbeid, og få anledning til å oppleve et "ekte mayaindiansk hjem". Siden etableringen har kvinnene jobbet hardt for å etablere kontakter innen turistindustrien i Antigua. En av språkskolene kooperativet har inngått avtale med, var språkskolen jeg studerte ved den første måneden av feltarbeidet. Sammen med flere av mine turistinformanter fra språkskolen deltok jeg i dette turistprogrammet to ganger. Jeg besøkte også kooperativet på egen hånd flere ganger, og intervjuet kooperativets leder, Lydia, og en del av de andre kvinnene og deres ektemenn. Siden kooperativet søkte frivillighetsarbeidere, lurte kvinnene på om jeg var interessert i å hjelpe dem med å promotere turistprogrammet og hjelpe til som guide under turistbesøkene. I likhet med håndverksselgerne på Mercado de Artesanías opplevde jeg at kvinnene i kooperativet var svært interessert i å diskutere turistenes oppfatninger om mayakulturen. De mente min bakgrunn fra Antigua og min kunnskap om turistene kunne hjelpe dem til å utforme et enda bedre turistprogram. Dette var noe jeg forsøkte å være behjelpelig med gjennom å diskutere

turistenes forestillinger om mayakultur, og videreformidle mine medstudenters opplevelser fra besøkene. Siden kooperativet ble etablert, har kvinnene utformet et strukturert og handlingsmettet turistprogram, som varer i omtrent fire timer fra turistene blir hentet i Antigua, til de blir kjørt tilbake. Turistprogrammet består av et utvalg av dagligdagse aktiviteter som kvinnene tror vil fascinere turistene. Under har jeg sammenfattet kooperativets program i åtte punkter:

- 1) Iscenesettelse av det mayaindianske hjem, som involverer store forberedelser i forkant av turistbesøket: Rengjøring av hyttene og gårdsplassen, oppstilling av bord og stoler, utstilling av håndverksprodukter, klargjøring av mat og rydding av elektroniske artikler som radioer og ovner, som skjules i en av hyttene som holdes avstengt under turistbesøket.
- 2) Turistene blir hentet med pickup i Antigua og kjørt til landsbyen.
- 3) Velkomstseanse i Lydias hjem hvor kvinnene forteller litt om sitt arbeid, landsbyen, mayaindianske tradisjoner og husholdsaktiviteter.
- 4) Turistene får en innføring i baking av tortillas. Alle får også mulighet til å bake og steke sine egne tortillas, som serveres til måltidet avslutningsvis.
- 5) Kooperativets kvinner gir en vevedemonstrasjon, og forteller historien om det tradisjonelle mayaindianske antrekket, *huipil*. Turistene får mulighet til å veve, prøve ulike tradisjonelle og seremonielle mayaindianske antrekk, ta bilder og stille spørsmål.
- 6) En guidet rundtur i landsbyen, og til maisåkrene hvor mennene jobber.
- 7) Turistene får tid til fri disposisjon. De får anledning til å se seg rundt i hyttene, lære kaqchikel, kjøpe håndverksprodukter, ta bilder og filme.
- 8) Avslutningsseanse. Turistene blir servert det tradisjonelle måltidet *pepían*, som består av kylling i en sterkt krydret paprika- og tomatsaus, servert med ris og tortillas. Etter måltidet takker Lydia og resten av kvinnene for besøket og tar farvel med alle turistene. Turistene kjøres tilbake til Antigua.

På bakgrunn av min kontakt med kooperativet og min egen deltakelse i deres turistprogram, vil jeg nedenfor presentere den andre turistutflukten jeg deltok på til dette kooperativet sammen med noen av mine turistinformanter.

Turistutflukten

De fleste språkskolene i Antigua har et bredt tilbud av sosiale aktiviteter for studentene, og språkskolen min var intet unntak. Denne solrike og varme februar dagen skulle turen gå til et håndverkskooperativ i en liten landsby som ligger omtrent en halvtimes kjøretur fra Antigua.

Som ved alle utflukter i regi av språkskolen, ble samtlige av de påmeldte innkalt til et informasjonsmøte på skolen før avreise. I dag forteller skolens populære turarrangør Sergio at vi skal besøke en "ekte mayalandsby", hvor vi skal få innblikk i deres arbeid, tradisjoner og historie. Det koster 100 quetzales for hver deltaker, og vi blir fortalt at vi gjennom å delta er med på å hjelpe kvinnene og deres familier, fordi pengene fra turistprogrammet bidrar til å forbedre utdannelses- og helsetilbudet i landsbyen. Til dagens utflukt er 14 av skolens totalt 35 studenter påmeldt. Blant deltakerne er norske Veronica og det amerikanske ekteparet Kelly og Jim. Som ved forrige utflukt jeg deltok på, ankommer Lydia og hennes bror Dilan for å hente oss i en tilsynelatende meget velbrukt pickup. De to stiger to ut av bilen, og jeg legger merke til at Lydia er ikledd en *huipil* med fargerike blomsterbroderier, mens Dilan har på seg olabukse og en hvit skjorte. "Kom igjen nå, ungdommer, stig på," sier Sergio ironisk. Bortsett fra de to pensjonerte kvinnene fra Montreal, som gladelig takker ja til en plass i forsetet, blir resten henvist til lasteplanet hvor de fleste innser og spøker med at det kan bli i overkant intimt. "Velkommen til Guatemala," sier Lydia vennlig og panorerer blikket rundt slik at hilsenen når frem til alle på lasteplanet. Selv sitter jeg ved siden av Lydia, med Kelly og Jim rett overfor meg. Idet vi kjører gjennom Antiguas ujevne, brosteinsbelagte gater, begynner Lydia å fortelle oss litt om utflukten, men i sammensuriert av lyder fra trafikken må stemmen hennes gi tapt med jevne mellomrom. Deriblant da en stor blå- og rødfarget buss kjører forbi oss i en knapp høyresving, og flere av mine medstudenter ser ut til å sette hjertet i halsen. "Oh, my God, that's not even legal in Texas," utbryter Jim litt småoppspilt, etterfulgt av noen stressede latterhikst.

Etter hvert som Antiguas brosteinsgater blir til støvete grusveier og kolonialske bygninger blir erstattet av spredte småhus av bølgeblikk og bambusstenger, kan jeg høre kommentarer fra mine medstudenter om at vi virkelig er i ferd med å forlate sivilisasjonen, og bevege oss "back to nature". En amerikansk legestudent i 30-årene blir så sjokkert over alt søppelet som ligger i veikanten og stanken fra det åpne kloakksystemet som går nedenfor veien, at han forbløffet uttrykker: "This is disgusting, they live like animals!" Bortsett fra kameraten hans

som småhumrer litt, virker det ikke som uttalelsen er spesielt populær blant de andre turistene på lasteplanet. I en bestemt bevegelse lener Kelly seg mot mannen og oppfordrer han til å ”keep your disrespectful opinions for yourself, ok!?”. I samme øyeblikk kjører vi av motorveien, og tar av i retning San Antonio Aguas Calientes, landsbyen som fremfor noen er kjent for sine mange mayaindianske håndverksselgere og deres håndverksprodukter av ypperste kvalitet. Siden jeg er den som har studert spansk lengst, og er den som sitter nærmest Lydia, blir jeg med jevne mellomrom bedt om å spørre henne om forskjellige ting. Kelly og den franske veterinærstudenten Nicole er utvilsomt de mest engasjerte på lasteplanet hva angår spørsmål og kommentarer. Deriblant lurer de på hvorfor ikke Lydia og de andre kvinnene kan selge sine produkter på et marked i Antigua. Lydia forteller at hun har solgt håndverksprodukter i nesten åtte år på ulike markeder i Antigua, men at det ikke lenger var lønnsomt på grunn av den harde konkurransen. Flere av turistene er også nysgjerrige på hva mennene til de mayaindianske kvinnene bedriver. Lydia forteller at mennene deres også kan veve og utføre forskjellig håndarbeide, men at de først og fremst jobber på maisåkrene. Hun peker opp mot noen høyt- og fjerntliggende jordflekker vi kan skimte i åskammen som reiser seg fremfor oss.

Det er muligens en kombinasjon av den stekende varmen, de landlige omgivelsene og mangelen på gode sittestillinger som gjør at det etter hvert går lengre og lengre tid mellom hver kommentar på lasteplanet. For etter en lang og humpete kjøretur har de fleste for lengst måttet stifte bekjentskap med metallsmaken i baken. Stillheten brytes ikke før vi kjører forbi et nokså falleferdig og rustent skilt hvor navnet på landsbyen står, og Lydia utbryter ”Velkommen, her bor og jobber vi”. Det er med en udelt glede budskapet blir mottatt av mine medstudenter, som plutselig kvikner til igjen. Bebyggelsen i landsbyen er konsentrert til et nokså lite område. Store deler av landsbyens 1500 innbyggere er sysselsatt innen jordbruket, og det er hovedsakelig kaffe og grønnsaker som blir dyrket og solgt videre til hoteller og restauranter i Antigua. Landsbyens eiendommer består av kvadratisk inndelte enheter, med mellom tre og fem trehytter på hver eiendom, avhengig av familienes størrelse og økonomi. De eneste bygningene som hever seg i terrenget, er den nylig påbegynte skolebygningen, og den hvite katolske kirken som troner midt i landsbyen. Landsbyen har ingen gater, men består av et nettverk av smale, støvete grusveier som åler seg mellom eiendommene på kryss og tvers.

Foruten en slank, eldre mann i slitt olabukse og bar overkropp som bærer en svulmende bør med ved i en tauanretning på ryggen, er det så langt ingen andre personer å skue når vi kjører gjennom landsbyen. ”Hvor er alle sammen!?” Byen ser jo helt forlatt ut, jo, nesten som en spøkelsesby,” kommer det fascinert fra Veronica, som for øyeblikket er gjemt bak et stort sort speilreflekskamera som hun sikter mot den eldre mannen idet vi kjører forbi han. Noen mekaniske lyder, og gjentatte lysglimt utløses fra kameraet. Etterpå ser hun forventningsfullt ned på displayet. ”Faen, jeg bomma, men nå skal vi snart inn i et ekte mayahjem, og da får jeg vel muligheten til å knipse noen premiebilder uansett.” Hun ler godt og pakker sammen kameraet. Ikke lenge etterpå stopper bilen utenfor en høy og grå blikkport. På stive bein klatrer jeg ut fra lasteplanet, og sammen med de andre turistene blir jeg eskortert gjennom inngangsporten. Nå ankommer vi eiendommen til Lydias familie, som også er kooperativets tilholdssted. Eiendommens størrelse er omtrent 100 m², og på grunn av den nokså begrensede plassen er avstanden mellom de fire små trehyttene på tomten nokså liten. Mellom de fire hyttene er det en kvadratisk åpen gårds plass hvor kvinnene vanligvis demonstrerer håndverksarbeid og stiller ut produktene sine under turistbesøkene. På gårds plassen står det oppstilt omtrent tjue stoler i en sirkelformasjon, og flere bord er dekket med ulike fargerike håndverksprodukter, noe som raskt vekker interessen til mange av mine kvinnelige medstudenter. ”Hei, ungdommer!” Sergio klapper i hendene og ber om alles oppmerksomhet. Han vil at vi skal sette oss ned slik at Lydia kan gi oss litt informasjon. Lydia takker oss alle for at vi ville komme, og begynner i et turistvennlig tempo å fortelle oss om programmet for dagens utflukt på spansk. Mens jeg sitter og hører på Lydia, slår det meg at forløpet og hva som blir sagt så langt i løpet av utflukten, i stor grad er det samme som under forrige turistutflukt jeg deltok på. ”Vel, da håper jeg dere vil få en bra tid her hos oss, og ikke glem at dere til enhver tid kan henvende dere til oss hvis det er noe dere lurer på.” Anført av Kelly applauderer alle turistene, og flere benytter anledningen til å takke for gjestfriheten og muligheten for å bli bedre kjent med arbeidet deres og mayakulturen. Lydia snur seg så mot den ene bambushytta og roper noe som jeg antar er på kaqchikel. Ut av hytta kommer det tre småvokste kvinner ikledd tradisjonelt antrekk. Jeg drar kjensel på to av disse kvinnene, men siden det kommer turistgrupper hit nesten hver dag, er jeg usikker på om de kjenner meg igjen. Kvinnene stiller seg opp på en linje og ønsker oss hjertelig velkommen i kor. I likhet med Lydia er de født og oppvokst i landsbyen, og har en fortid som håndverksselgere i Antigua. ”Vær så god, stig på denne veien.” Fra den runde metallpipa på trehytta i bakgrunnen stiger det en matt, grå røyk, som når den kommer til en viss høyde,

hoper seg opp og legger seg som et massivt teppe foran solen. I et bedagelig tempo går vi i samlet tropp mot hytten. ”Stian, you might as well crawl in,” hører jeg fra Jim idet jeg forsøker å smyge meg inn den lave døra, og ankommer et mørkt, røykfyllt og intenst varmt rom. Tilsynelatende upåvirket av disse forholdene står det to middelaldrene, nokså kraftige kvinner i det ene hjørnet av rommet ved en steinovn og former små deigklumper med hendene. I denne hytta er det et myldrende sammensurium av gjenstander, alt ifra store rustende jerngryter og stabler med tømmer til en frynsete utgave av *Popul Wuj* er noe av det jeg legger merke til i tussmørket. Når omsider alle har kommet inn, gir kvinnene oss en liten deigklump hver, og viser oss hvordan vi med raske sirkelbevegelser skal få dem runde og flate. Deretter legges deigen på en stor, svart metallplate som ligger over en sprakende flamme. På grunn av den intense varmen og all røyken er jeg nødt til å gå ut av hytta etter en stund. Her står allerede Veronica og Kelly og snakker med en av kvinnene fra kooperativet som sitter på en stråmatte og vever på en fargerik duk. De står fascinert og studerer kvinnens arbeid, og forsøker så godt de kan å komplimentere antrekket hennes på spansk med hjelp av en god porsjon kroppsspråk. De spør om de kan ta et bilde av henne mens hun vever, noe kvinnen gladelig stiller opp på. ”En må alltid spørre dem før en tar bilde, ellers kan de bli fornærmet, ikke sant?” sier Kelly og henvender seg til meg og Veronica. ”Jo, det er nok lurt, selv om jeg ikke alltid gjør det selv når jeg tenker meg om,” svarer Veronica. I samme øyeblikk høres et tørt, rustent knirk fra inngangsporten. Det er Rosa, Lydias 14 år gamle datter og de tre småøsknene hennes i alderen 5–10 år som kommer gående. Alle barna er ikledd tradisjonelt antrekk, bortsett fra 6 år gamle Manuel som har på seg shorts og en Mikke Mus-trøye. Veronica spør meg om det er ”hennes unger” og peker diskret på Rosa, som lukker porten bak seg. Litt overrasket over spørsmålet forteller jeg at Rosa er Lydias datter, og at dette er hennes søsken. ”Åja,” sier Veronica og ser litt forbauset ut. ”Jeg måtte bare spørre, av og til ser en jo barn som har barn i dette landet.” I mellomtiden har Kelly tatt noen bilder av den vevende kvinnen, hun takker henne og går med raske fottrinn bort til Rosa og de andre barna. Hun setter seg ned på huk og utjevner slik høydeforskjellen mellom dem. ”Hei, jeg heter Kelly,” sier hun på spansk og stryker hånden med en rolig bevegelse over kinnet på den yngste jenta som smiler beskjedent og senker blikket. ”Så nydelige de er, jeg bare må ta et bilde av dem,” sier Kelly. Veronica foreslår at hun kan ta et bilde av Kelly sammen med barna, men Kelly sier at hun ikke vil ”ødelegge bildet” ved å stille opp selv. Kelly vil heller ikke ha metallporten eller strømledningene i bakgrunnen av bildet. Etter å ha

tenkt seg litt om, ber hun barna om å stille seg opp fremfor den ene trehytta, og formidler entusiastisk at hun ”til og med kan få med toppen av vulkanen Agua i bildet”.

Like etterpå er tortillaene ferdigstekte. Selv blir jeg sittende sammen med Lydia, Veronica, Kelly og Jim under treet med de rødglødende blomstene som på imponerende vis har funnet næring i den knusktørre jorden som omgir det. Her sitter vi og småsnakker utenfor rekkevidde av solen, mens resten av språkstudentene benytter anledningen til å spasere litt rundt på området, observere vevedemonstrasjonen, ta bilder og kikke på de utstilte håndverksproduktene. Det er for øyeblikket Rosa som tar seg av de interesserte turistene, mens de andre barna har fått med seg Sergio og Nicole til å leke med en rød plastball på eiendommens eneste lille gressflekk.

På spørsmål fra Kelly om kooperativets opphav forteller Lydia oss hvordan hun og sju andre kvinner fra nærområdet for åtte måneder siden gikk sammen og dannet håndverkskooperativet for å finansiere barnas utdanning. Hun har fire barn, de tre yngste går på barneskole i San Antonio Aguas Calientes, mens Rosa hjelper til i kooperativet og tar engelsk- og datakurs på kveldstid i Antigua. ”Oh, really, that’s impressing,” sier Kelly med et tydelig engasjement å spore i tonefallet. Lydia blir så tilkalt til bordet hvor tre hollandske språkstudenter står og studerer ulike duker. Lydia blir borte en stund, mens Kelly fortsetter der hun slapp, noe som utløser en samtale mellom mine turistinformanter:

Kelly: “I was just thinking of what Sergio told us at the meeting, that the majority of the Mayans don’t have any education, and that they therefore have to take whatever work that is available for them.”

Jim: “Actually, my Spanish teacher even told me that there’s a Maya working at Burger King in Antigua. How weird is that!? [Han setter opp en litt sjokkert mine.] I feel bad for them, I don’t think that’s appropriate work for them. I mean making burgers for us Americans and Europeans” [ler høyt].

Veronica: “Yes, that’s strange. I really got chocked my first day when I saw Burger King and McDonald’s. It’s not what I was expecting to find in an old colonial city.”

Jim: “Yes, you’re absolutely right. I must admit I feel bad as an American and as a human being for this, this ... global disease. [Han slår om seg med armene.] But it’s really good to see that in this case, these companies has been forced to adapt to the city’s architecture and not the other way around. I even heard that Antigua is on the ”UNESCO”-list.” [Jim ser litt spørrende på meg, og jeg bekrefter at det stemmer.]

Kelly: "I guess what they are trying to do in this city, is to hold on to its roots and history and that's good, but I wish that the same was possible for the Mayans so that their culture doesn't die."

Jim: "Yes. But this business, the cooperative, seems to be working well for them. They earn good money while doing what they have done for centuries, it's perfect. And it's very nice for us as tourists as well who wants to experience the real thing and not some circus!"

Når vi omsider er tilbake i Antigua igjen, tar jeg følge med Veronica, Kelly og Jim fra skolen gjennom Parque Central, hvor det fra den dunkle kveldsskumringen myldrer av mennesker og lyder og lukter. Jeg spør hva de synes om turen, og det er Jim som først tar ordet. "First of all, it was nice to see some real Mayan people. Here in Antigua it feels more like a freaking circus," sier han når vi passerer inngangen til El mercadito, hvor det står en mann ikledd mayaindiansk antrekk og lokker turistene med sang og dans. Mens Kelly og Jim skal innom Café Condesa for å spise middag, går Veronica og jeg videre og diskuterer utflukten. Veronica sier at hun synes denne formen for turistopplevelse er "liksom ikke så fake og utstilt som mange andre steder". Idet vi er i ferd med å gå forbi tre mayaindianske håndverksselgere som står i den sørvestlige enden av Parque Central, begynner Veronica å le. Kvinnene henvender seg til oss og ber oss om å kjøpe noe fra dem. Fra sjalene de bærer på ryggen, hvor de oppbevarer alle produktene sine, trekker de frem smykker, duker og bluser. Vi forklarer at vi ikke har noe særlig penger på oss, og går videre, men selgerne følger etter oss og presiserer at alle produktene deres er gamle, håndlagde, laget av ekte mayaer. Jeg forklarer at jeg skal være her i fem måneder til, og lover at jeg skal kjøpe noe av dem en annen dag. De ber om navnet mitt, og idet vi går videre, roper de at de skal huske oss igjen. Lettere forvirret spør jeg hva som fikk Veronica til å le da vi gikk forbi selgerne. Fortsatt lattermild forteller hun hvordan Mike, en av våre amerikanske medstudenter, kvelden før omtalte dette området som Antiguas "red light district" på grunn av selgenes pågående fremferd og salgsstrategi som handler om å gjøre seg og sine produkter så attraktive som mulig gjennom det han kalte en "cultural lapdance". Veronica understreker at hun synes det var en morsom, men litt usaklig sammenligning. Selv forteller hun at hun visste svært lite om både Guatemala og mayakulturen før hun kom til landet, og det lille hun visste, baserte seg på det hun hadde lært på skolen, sett på tv og lest i *Lonely Planet* og annen turistlitteratur. Hun er mest forbauset over at det er så mange mayaer, og at det eksisterer så mange forskjellige slags mayaspråk. I tillegg er hun overrasket over at mayaene ikke er så beskjedne og tilbaketrukne som hun trodde på forhånd. Hun forteller at ifølge hva

hun har lest i guidebøker og hørt av andre turister, er en nødt til å reise til høylandsstrøket hvis en vil møte ekte mayaer: ”Det finnes ikke ekte mayaer her i Antigua.” Derfor lurer hun på hvorfor jeg ville gjøre feltarbeidet om mayakulturen her i Antigua, som er ”et av de mest kommerser og utprega turiststedene i hele Mellom-Amerika”. Jeg spør hva hun mener med ”ekte mayaer”, og etter noen sekunders betenkningstid svarer hun at det er de som går i ”drakt” [*traje*], lever etter de gamle mayatradisjonene, ikke har blitt oppslukt av turismen og dermed har en mer ”ren og autentisk kultur”. Jeg spør henne om hun mener kvinnene fra kooperativet levde autentisk og var ekte mayaer. Hun trekker litt på det:

Kanskje enn så lenge. De brukte jo folkedrakter, snakket mayaspråk og hadde ikke tv eller noe sånt. De levde veldig enkelt og nær naturen, men jeg er redd for at de gradvis kommer til å miste mer og mer av kulturen sin etter hvert som flere turister besøker dem.

Forestillinger og forvaltning av ‘maya’

Dette kooperativets forhold til turistindustrien og de internasjonale turistene er omfattende. Derfor kan jeg anta at jeg bare har fanget opp noe av denne kompleksiteten gjennom min kortvarige kontakt med kooperativet. Likevel mener jeg at den ovenstående turisthendelsen kan bistå i forståelsen av turistenes oppfatninger om autentisitet og historie, samt mayaindiansk forvaltning av kulturell identitet.

Ved dette turistbesøket kom det til syne en hel del romantiske forestillinger om ’maya’, og en slags lengsel etter å oppleve den ”ekte” mayakulturen blant turistinformantene. En ”kulturell ekthet” som flere av turistene påpekte ikke eksisterte i Antigua, på grunn av den besudlende effekten ulike kommersialiseringsprosesser har hatt på byen og mayaindianerne der. Deriblant omtalte Jim Antigua som et ”freaking sirkus” hvor det ikke eksisterer ”autentiske mayaer”. Turistdeltakerne på denne utflukten ville oppleve noe annet enn bare representasjoner av mayakultur. Ved denne utflukten søkte turistene det kulturelt unike og uberørte. Richard Prentice omtaler denne higen etter historie som ”hjemlengsel etter fortiden” (ibid 1993).

Forholdet mellom natur og kultur er et viktig premiss for klassifikasjon i alle samfunn, og dette gjør seg også gjeldende i turistenes oppfatning om mayaindiansk kultur og deres opplevelse av autentisitet. For at bestemte kulturelle fenomener og uttrykk skal oppfattes

som autentiske, er det viktig at de holder seg innenfor sin rette kontekst. Hvis de beveger seg ut av sin kontekst, vil de ofte bli oppfattet som inautentiske representasjoner, noe jeg tidligere har knyttet til turistenes statiske kultursyn. Ut ifra samtalen mellom Jim, Kelly og Veronica, ble deriblant en mayaindianer på *Burger King* ansett som et slags 'matter out of place' (Douglas 1966). Det at *Burger King* har blitt 'indigenized', et sted hvor mayaindianere jobber og spiser på lik linje med "oss vestlige", var noe som overrasket mange av turistinformantene (Watson 1998). Selv er ikke kooperativets kvinner av den oppfatning at deres bruk av elektroniske artikler utenom turistbesøkene gjør dem mindre 'maya'. Som Lydia selv uttrykte, "vi trenger ikke å være fattige for å være maya". Foruten den praktiske nytten av blant annet mobiltelefoner, elektriske ovner og lamper, fungerer fjernsynet og radioer som hjelpemidler som øker deres innsikt om andre kulturer. Dette kan hjelpe dem til å bedre forstå turistene og deres bakgrunn. På Mercado de Artesanías var de mest vellykkede selgerne de som klarte å "studere" turistene og komme opp med en passende innfallsvinkel til turistene, avhengig av blant annet nasjonalitet, kjønn, alder og utseende. Ofte kunne litt kunnskap om turistenes hjemland være forløsende og utslagsgivende for å etablere en potensiell salgsrelasjon. Deriblant var flere av selgerne innforstått med at Norge er et rikt land på bakgrunn av olje og fisk, at det er mye fjell der, at det er kaldt, og at vi har et dårlig fotballandslag hvor Ole Gunnar Solskjær er eneste lyspunkt. Det er også fra turistenes hjemland og kultur at deres oppfatninger og fascinasjon for 'maya' har sitt opphav. Derfor er de mayaindianske selgerne også svært interessert i å vite hvordan de blir portrettert utenfor Guatemala. Dette er kunnskap som gir dem bedre grunnlag til å forhandle sin kulturelle identitet strategisk i møtet med turistene. På bakgrunn av dette ble som nevnt min kontakt med turistene og turistindustrien ansett som en slags ressurs for flere av mine mayaindianske informanter.

Som kjennetegnende ved all forretningsvirksomhet, er Lydia og de andre kvinnene i kooperativet opptatt av å møte forventningene til sine kunder. Gjennom å analysere de internasjonale turistenes ønsker, tilpasser kvinnene seg et slags "markedsbehov" innen den internasjonale turismen. Kooperativet spiller bevisst på turistenes forestillinger om mayaindiansk kultur og historie. Deriblant har Lydias familie tv, radio og andre elektroniske artikler, men dette er noe de rydder vekk før de får turistbesøk. Da jeg spurte Lydia hvorfor de fjerner elektroniske artikler før de får turistbesøk, svarte hun at turistene ikke har kommet til Guatemala for å se "moderne gjenstander". På lik måte blir masai-dansere i Kenya instruert til å gjemme unna radioer og "ikke-primitive" gjenstander før turistbesøk (Bruner

og Kirshenblatt-Gimblett 1994). Etter språkskolens aller første utflukt til dette kooperativet fortalte Sergio meg at flere av turistdeltakerne ble skuffet over å ha sett en radio utenfor den ene hytta, som attpå til spilte *Ace of Base*, til et svensk ektepars store forbauselse. Et ”nåtidig” objekt i representasjonen av fortiden blir således et fremmedelement som truer turistenes fornemmelse av autenticitet. For at kooperativets kvinner og turistprogrammet som helhet skal oppleves som autentisk for turistene, er det derfor viktig at nåtiden og fortiden ikke kolliderer.

På samme måte som enkelte gjenstanders fravær bidrar til oppfattelse av autenticitet, er andre gjenstanders nærvær helt sentrale for å gi turistene en kulturell ekthetsfølelse. I Lydias hjem er turistene praktisk talt omgitt av materiell mayakultur. Både mayaindianske personer, tradisjonelle folkedrakter, *Popol Wuj*, håndverkstekstiler, synet og lukten av mat og den mayaindianske landsbyen i seg selv, er her viktige elementer som bidrar til å skape ”autentiske omgivelser”. Det er også en hel rekke smådetaljer som kan innvirke på turistenes følelse av autenticitet. Deriblant betales reisen til guiden før avreise fra Antigua, som overleverer pengene til Lydia etter utflukten. Dette kan selvsagt også skyldes praktiske hensyn, men det er også med på å underkommunisere det kommersielle aspektet ved turishendelsen. Ut ifra hvordan kvinnene bevisst fjerner og legger til elementer i konstruksjonen av det mayaindianske hjem, er det åpenbart at kooperativets kvinner er bevisste på at ’The Tourist Gaze’ hviler på dem. Kvinnene i kooperativet er derfor også svært interesserte i tilbakemeldinger etter hvert turistbesøk. Lydia snakker jevnlig med Sergio for å høre responsen fra turistene på språkskolen. Disse tilbakemeldingene bruker kooperativet som informasjon for å eventuelt forandre på det eksisterende turistprogrammet. Det kan derfor sies at kultur og historie forvaltes strategisk fra kvinnenens side, for å unngå minst mulig diskrepans mellom de forestillingene turistene kommer med og de opplevelsene de reiser fra kooperativet med.

I likhet med masaiene (Bruner og Kirshenblatt-Gimblett 1994) er de mayaindianske kvinnene artister i en oppsetning skrevet av den internasjonale turistdiskursen om ’maya’. De er posisjonert og tildelt rom innen denne diskursen. De har ikke direkte blitt tvunget til å delta, det er noe de har valgt selv. Likevel er de avhengige av å forholde seg til og i stor grad følge turistdiskursens script om ’maya’ for å lykkes. Dette er kvinnene også klar over, men de mener det er deres rett å presentere og representere seg selv innen den internasjonale turismen på en måte som de selv mener er fordelaktig. Innen diskursen om ’maya’ har

kooperativet kontroll over sin egen presentasjon av mayakultur. Det er de som bestemmer hvor turistprogrammet skal forekomme, hvem som skal være til stede, hva som skal presenteres, og hvordan alt dette skal foregå. Foruten diskursen om 'maya' forholder kooperativet seg bevisst til turistindustrien i Antigua. De har valgt å reklamere for turistprogrammet sitt gjennom språkskoler og reiseselskaper, og ikke selv henvende seg direkte til turistene. På tross av at disse mellomleddene tar en stor bit av overskuddet, ønsket ikke kooperativet å konkurrere direkte mot den mektige turistindustrien i Antigua. Av prisen på 100 quetzales det kostet for utflukten, fortalte Lydia meg at språkskolen tok halvparten av billettinntektene for å lønne guiden, og for å promotere kooperativet.

Kooperativets kvinner er i høyeste grad bevisste i forvaltningen og bruken av sin mayaindianske kultur, identitet og historie innen turismen. Denne strategiske forvaltningen kan videre relateres til Bourdieus begrep om 'kapital', hvor den enkelte mayaindianske persons kompetanse i å forvalte det "maya-iske" utgjør en konvertibel kulturell kapital (ibid 1984). Det "maya-iske" kan hevdes å bestå av i hvilken grad kvinnene, ut ifra turistenes syn om "autentisk mayakultur", klarer å fremstå og handle som en 'maya'. Dermed blir 'maya' et slags kapitalreservoar, der verdien er relativ i forhold til hvordan den forvaltes og brukes. Ut ifra denne tankegangen kan det også gå inflasjon i 'maya' hvis kapitalen blir misbrukt. Altså, kan det å overspille 'maya' føre til at de blir inautentiske representasjoner av sin egen kultur og historie. Dette kan relateres til at turistene ofte anser mayakultur som et knapphetsgode som kan rangeres på et autenticitetskontinuum mellom det "inautentiske" og "kommersialiserte" på den ene polen, til det "autentiske" og "ekte" på den andre polen.

'Iscenesatt autenticitet'

For kooperativet innebærer turistbesøk store forberedelser før turistenes ankomst. Selve turistprogrammet varer i omtrent fire timer, men turistbesøket involverer mange timer med forberedelser hvor kooperativets tilholdssted forvandles til et iscenesatt mayaindiansk hjem. Kvinnenes ektemenn hjelper ofte til med klargjøringen av hjemmet, men de er ikke til stede under selve turistbesøket. Når turistene ankommer, befinner de seg som oftest på åkrene. Foruten denne tilretteleggende rollen må mennene også sies å være en del av presentasjonen av mayaindiansk hjem og arbeid, i og med at turistene blir ført til jordlappene der de jobber.

Resultatet av alle forberedelsene blir en arena som har likhetstrekk med en slags blanding av et museum-, teater- og butikklignende rom.

Barbera Kirshenblatt-Gimblett (1998) diskuterer vanskelighetene med å iscenesette kultur. I de tilfellene fremføringene blir for spektakulære, vil turistene ofte stille spørsmål ved autentisiteten. Derfor er det viktig for Lydia og de andre kvinnene i kooperativet å *presentere* kultur fremfor i for stor grad å *representere* kultur. Dette er kvinnene selv også oppmerksomme på, og en av deres strategier er å trekke turistene inn i deltakelsen av turistprogrammet. På bakgrunn av turistenes fascinasjon, nysgjerrighet og interesse involverer kvinnene turistene i presentasjonen av mayakultur, gjennom å få dem til å bake tortillas, veve tradisjonelle tekstiler og prøve *huipiles*. Dermed blir turistenes rolle ikke bare som tilskuere, men også som deltakere i programmet hvor de selv får utføre og erfare mayaindianske tradisjoner. En annen strategi kvinnene ofte bruker under turistprogrammet for å presentere kultur og innta rollen som "de autentiske andre", er å snakke til hverandre på kaqchikel. Her er det viktig å poengtere at kvinnene vanligvis bruker spansk for å kommunisere seg imellom, og i dagliglivets interaksjon for øvrig. Under begge turistprogrammene jeg deltok på, forsøkte Rosa, Lydias datter, å lære turistene litt grunnleggende kaqchikel. Kvinnene gir også hverandre instruksjoner på kaqchikel, for deretter å oversette til spansk for turistene.

Det at turisthendelsen fra kooperativets side er regissert og hjemmet iscenesatt, betyr likevel ikke at utflukten er "uekte". Turistenes oppfatninger og forståelse av disse hendelsene er altfor vidtrekkende til å kalle dem 'pseudo-events' (Boorstin 1964) eller 'stereotypes of a stereotype' (Cohen 1988). Mine turistinformanter som deltok på utflukten, følte seg som eksklusive gjester på et sted hvor de følte seg heldig for å ha muligheten til å besøke. Mange av turistene var svært begeistret for utflukten på grunn av at det gjorde mayakulturen lettere tilgjengelig. Noen av dem hadde bare en uke til rådighet i Guatemala, og anså derfor programmet som den beste måten å komme i kontakt med "ekte mayaer" og oppleve et mayaindiansk hjem. For mine turistinformanter ble utflukten ansett som en gylden mulighet for å besøke ekte mayaindianere i deres naturlige omgivelser. Det var heller ingen av turistene som under eller etter utflukten ga uttrykk for at de tvilte på Lydia og de andre kvinnenes autentisitet som mayaer. Mange var heller forbauset over å finne hva de mente var "ekte mayakultur" så nære Antigua, som på sin side i liten grad ble anerkjent på bakgrunn av autentisk mayakultur. Likevel, som blant annet Veronica uttrykte, var flere av

turistdeltakerne bekymret for hvorvidt kvinnene ville kunne opprettholde sitt tradisjonelle levesett hvis deres kontakt med omverdenen og involvering i turismen ville øke i fremtiden. Forholdet mellom disse mayaindianske kvinnene og de besøkende turistene mener jeg er preget av resiprositet, hvor alle partene får det de etterstreber gjennom sin praksis innen turismen. Turistene får anledning til å oppleve, se og ta bilder av mayakultur. Foruten å betale 100 quetzales for å delta, kjøpte nesten alle turistene håndverksprodukter i løpet av utflukten. Noen av mine turistinformanter sa at de følte seg forpliktet til å kjøpe noe på grunn av den gjestfriheten vertskapet hadde vist. For de mayaindianske deltakerne gir programmet økonomiske muligheter, samtidig som de har fått styrket sin stolthet og kunnskap om egne kulturelle tradisjoner. Kommodifisering og revitalisering av mayaindiansk kultur er derfor to prosesser som utspiller seg samtidig i dette tilfellet.

I forhold til iscenesettelse av autentisitet er ikke dette noe som bare gjør seg gjeldende i forbindelse med kooperativets forberedelser og presentasjon av mayaindiansk kultur, tradisjoner, arbeid og hjem. I den sammenheng er blant annet bildekomponeringen Kelly foretok da hun skulle ta bilde av Lydias barn, interessant. Kelly ønsket verken å ha med seg selv eller andre ”moderne” gjenstander som strømledninger og metallporter i bildene. Disse elementene var fremmedelementer som ville ha forringet hennes iscenesettelse av autentisk mayakultur. Langt mer fornøyd ble hun med bildekomposisjonen da hun stilte barna fremfor en bambushytte, og til og med fikk vulkanen Agua i bakgrunnen.

Den globale markedsplassen i eget hjem

Tidligere forskere har argumentert for at hjemmet er en betydningsfull sosial, politisk og økonomisk enhet som bidrar til å forstå hvordan dagens mayaindianere forholder seg til hverandre, lokalsamfunnet, Guatemala og omverdenen generelt (Fischer 2001, Fischer og Hendrickson 2003, Little 2004a). Foruten å være et sted hvor kooperativet presenterer en smakebit av mayaindiansk liv, er det også et ekte hjem hvor kooperativet arbeider og Lydias familie bor når de ikke har turister på besøk. Hjemmet er derfor ikke bare en scene, men også et privat rom. Størsteparten av tiden er Lydias hjem nettopp et hjem, fremfor en scene hvor de må forholde seg til turister, guider og antropologer. Skillet mellom hjem som scene og hjem som hjem gjør seg blant annet gjeldende overfor kvinnes situasjonelle bruk av kulturell identitet. I likhet med håndverksselgerne på Mercado de Artesanías inntar kvinnene

i kooperativet bare rollen som 'mayaer' i kontakt med turistene. 'Maya' er kategorien de bruker om seg selv, sitt språk, sine tradisjoner og sitt arbeid under turistbesøket. Utenom kontakten med turistene identifiserer de seg selv som 'indígenas', og mer spesifikt som 'kaqchikel'. Under turistprogrammet fremviste kvinnene ingen mayaindianske helbredelsesritualer, planteritualer eller andre seremonier. For det første skyldes det at kvinnene ikke vil gjøre turistbesøket til et "show", da dette kan true oppleggets autentiske karakter. Som så mange av mine turistinformanter ga uttrykk for, ville de se det "naturlige maya", og ikke en regissert teateroppsetning om 'maya'. På den annen side tror jeg også at kvinnene og deres familier forsøkte å skille mellom hjem som scene og hjem som hjem. Hjemmet er også et høyst privat rom, og på kaqchikel er hjemmet en metaforisk forlengelse av kroppen. Den norske oversettelsen av 'dør', 'tak' og 'stue' på kaqchikel er henholdsvis "husets munn", "husets hår" og "husets mage" (Fischer og Hendrickson 2003: 9). For Lydia og hennes familie er hjemmet langt mer enn en geografisk enhet med en økonomisk pris tilknyttet seg. Alle av kooperativets kvinner er født og oppvokst i landsbyen, og Lydias families tomt har vært i deres slekt over generasjoner. Dermed har også stedet en historie og genealogi tilknyttet seg. Víctor Montejo (2004) bruker begrepet 'essence' for å referere til de dype, historiske røttene den mayaindianske befolkningen har til land og territorier. Ifølge Kearneys (1996) rekonseptualisering av 'peasant'-begrepet vil disse kvinnene gå under kategorien 'post-peasants'. Lydias hushold er sterkt knyttet til landsbyen og eiendommen. De dyrker en del av sin egen mat, samtidig som de er involvert innen turismen for å kunne opprettholde et tradisjonelt levesett. For det er deres tradisjoner som forener dem til sted og historie. Kjernen ved kooperativets presentasjon av mayaindiansk liv er nettopp knyttet til konstruksjonen og vedlikeholdet av tradisjoner. Under intervjuer med noen av kvinnene i kooperativet kom det frem at den viktigste motivasjonen for å involvere seg i turismen, var at det ga dem muligheten for å bevare sin tradisjonelle livsstil i landsbyen, og gi barna en god utdanning. Ønsket om å tjene penger er derfor ikke et mål i seg selv, men et middel på vei mot målet om å kunne opprettholde et tradisjonelt levesett. Derfor er det reduksjonistisk å betrakte mayaindianernes praksis innen den internasjonale turismen som et rent økonomisk fenomen. Ut ifra kvinnenes tankegang er det en tydelig sammenheng mellom kulturelle autonomien og en forbedret økonomisk situasjon. Derfor deltar de innen turismen for å kunne opprettholde kontrollen over eget hushold og egen eiendom.

Fremveksten av kooperativ og involveringen av hjem som en severdighet og kommoditet bidrar til å belyse nye strategier blant mayaindianere som deltakere innen den internasjonale

turismen. I forhold til Harvey (2001) kan fremveksten av nye vilkår for å skape 'monopolfortjeneste' knyttes til kooperativets forsøk på å finne en nisje innen den internasjonale turismen. Lydia og de andre kvinnene kan anses som innovative entrepenører innen den globale økonomien som har utforsket en ny måte å tjene til livets opphold på, vedlikeholde husholdet og deres tradisjonelle livsstil. Med et snev av alvor spøkte Lydia og flere andre håndverksselgere også med hvor mye penger de kunne tjent hvis de hadde åpnet et mayaindiansk marked i Norge.

Den store konkurransen mellom mayaindianske håndverksselgerne gjør at de hele tiden søker kreative løsninger for å komme opp med tilbud for turister på søken etter eksklusive opplevelser og "urørt kultur". På denne måten har landsbyen i større grad blitt inkorporert i den translokale bevegelsen av mennesker, varer og ideer. De har på bakgrunn av sin fortolkning av disse prosessene inkorporert disse bevegelsene til en del av organiseringen og bevaringen av husholdene. Ved å åpne sitt hjem for turister, guider og antropologer, overlapper, flyter og krysser romlige kategorier som lokal og global inn i hverandre. Denne inkorporeringen av hjem som en kommoditet involverer en økonomisk forbindelse som strekker seg langt utenfor landsbyens geografiske grenser. Fremtiden vil vise i hvilken grad disse forbindelsene vil utvikle seg til mer veldefinerte turistløyper fra Antigua til de omkringliggende landsbyene.

Avslutning

En solfylt ettermiddag mot slutten av feltarbeidet satt jeg og spiste lunsj sammen med et titalls håndverksselgere på Mercado de Artesanías. De tre foregående dagene hadde jeg besøkt Tikal sammen med noen av mine turistinformanter fra språkskolen. Siden et fåtall av håndverksselgerne selv hadde vært i Tikal, var de veldig interessert i å se bilder derfra og høre hvordan jeg hadde hatt det. Rundt den lille skjermen på digitalkameraet mitt dannet det seg fort en tettstående halvsirkel med tilskuere. Et av bildene var av Tempel 1, som også er kjent som ”Den Store Jaguar”. Det er et av de største og mest imponerende byggverkene i Tikal. ”Si meg, Stian, du som kjenner turistene,” sa en av dem spøkefullt, ”ville det ikke vært bedre om disse templene faktisk var bebodd av mayaindianere? Kanskje vi alle burde ha flyttet inn.” Til dette humoristiske innspillet svarte jeg at det i hvert fall ville ha vært langt mindre konkurranse for å få solgt håndverksprodukter til turistene i Tikal enn i Antigua. Flere av håndverksselgerne begynte nå å spøke med hvordan de kunne ha plassert seg fremfor ”Den Store Jaguar” og fremvist tradisjonelle mayaindianske seremonier og ritualer for turistene. Cesaer foreslo også at de kunne ha sneket seg inn i Tikal etter stengetid, og flyttet inn i ruinene på området som er kjent som ”Den Tapte Verden” (”El Mundo Perdido”). Latteren bredte seg nå blant de andre håndverksselgerne. ”Tenk dere,” fortsatte han, ”neste dag ville turistene, guidene og forskerne kommet og ikke forstått noen ting. De ville kanskje sagt, ‘vi trodde dere var døde, vi’, og vi kunne ha svart ‘nei da, vi har alltid vært her, vi. Det er vi som er de ekte mayaene’.” Av dette lo alle sammen.

I denne avhandlingen har jeg presentert og diskutert den lokale mottakelsen av den internasjonale turismen gjennom å beskrive samspeillet mellom turistindustrien, mayaindianere og internasjonale turister i Antigua. En av mine innfallsvinkler for å få innblikk i dette sosiale fenomenet har vært å følge bruken og oppfatningene knyttet til ’maya’ gjennom ulike kontekster og situasjoner. I den anledning har jeg spesielt fokusert på de ulike forvaltningene og oppfatningene som er knyttet til begrepet ’maya’. Basert på mitt empiriske materiale har jeg forsøkt å vise hvordan mayaindiansk kultur, identitet og historie ofte ble benyttet som ressurser, strategier og varer av ulike individer og grupper innen den internasjonale turismen. På bakgrunn av denne omfattende bruken av ’maya’ oppdaget jeg at mayakulturen var involvert i ulike kommodifiseringsprosesser på ulike arenaer og nivåer innen den internasjonale turismen.

Peter Jackson hevder at 'kommodifisering' har vært et "fyord" i mye antropologisk forskning, hvor begrepet har blitt brukt tilnærmet lik "ødeleggelse", "homogenisering" og "vestliggjøring" av lokalkulturer og lokalbefolkning. Han skriver: "Moreover, previous studies have tended to treat commodification as a dirty word, implying that once such cultures has been commodified, they have inevitably been devalued and degraded" (ibid 1999: 95). Fremfor å bedømme turismens effekt, og disse ulike formene for kommodifisering av kulturell annerledeshet som en "trussel" mot mayaindiansk kultur, har jeg empirisk forsøkt å belyse noe av kompleksiteten ved mine mayaindianske informanternes deltakelse innen den internasjonale turismen. I forlengelsen av dette har jeg forsøkt å ta John M. Watanabes utfordring til antropologer om å "unimagine the Maya" på alvor (ibid 1995: 33). Altså ved verken å eksotifisere og romantifisere dagens mayaindianere ut ifra mayasivilisasjonen, eller fremstille dem som stakkarsliggjorte ofre av historiske begivenheter som kolonisering og borgerkrig. I tråd med sistnevnte fremstilling av mayaindianere som ofre for historiske hendelser er det lett å tenke om turismen som en relativt ny global prosess som dagens mayaindianere blir utsatt for, enten de vil eller ikke. Det var riktignok ingen av mine mayaindianske informanter som var presset til å delta innen turismen. Uansett hvor mye turistene måtte ønske å oppleve mayaindiansk kultur, er involveringen innen turismen en beslutning mayaindianerne foretar selv (Little 2004a).

En feltarbeidserfaring jeg gjorde var at de ved valget om å involvere seg innen turismen ikke oppfattet det som et situasjon hvor de måtte velge mellom å forbli lokalt eller delta globalt. De anså det heller ikke et valg mellom henholdsvis fortid og tradisjoner "versus" nåtid og modernisering. Dette var ikke kategoriske skiller for dem, men heller dimensjoner ved virkeligheten som de mente fløt inn i hverandre. I den anledning ønsker jeg å presentere et tekstutdrag hentet fra et intervju med Gonzalo, hvor samtaleemnet var hans oppfatninger knyttet til mayakulturens fortid, nåtid og fremtid:

Jeg mener endringer skjer hele tiden. Folk snakker om 'maya' som én kultur, men det er en periode på flere tusen år hvor det har forekommet store endringer [...] Våre forfedre var fantastiske vitenskapsmenn. De var på mange måter datidens "NASA". Vi er etterkommere av en stolt kultur og vi skal videreføre dette til våre kommende generasjoner. Selv om vi prøver å gjenopplive kultur og språk, prøver vi ikke å stoppe utviklingen heller. Jeg mener kultur er mer autentisk hvis vi tillater forandring også. For det går an ikke å leve å fortiden, derfor er vi på søken etter en gyllen middelvei mellom det å beskytte kulturhistorien vår og tilpasse oss nye omgivelser.

I likhet med Gonzalo identifiserte majoriteten av håndverksselgerne seg som 'indígenas' og anså seg som "etterkommere av mayaene". Det at de anså seg som "etterkommere" kan tolkes som et uttrykk for at de både vedkjente seg sin historie og 'maya-het', og samtidig hadde et framtidsrettet syn. I motsetning til turistindustriens representasjoner og turistenes forestillinger om 'maya', er altså ikke Gonzalo av den oppfatning at "autentisk mayakultur" er knyttet til historisk kontinuitet og en uforandret kulturell praksis. Selv om han i likhet med turistene bruker dramatiske metaforer som å "gjenopplive" kultur og språk, har han et mer dynamisk kultursyn. Innbakt i Gonzalos kommentar ligger det en formening om at en overdreven dyrking av mayaindianske tradisjoner og historie kan utgjøre tegn på en slags distansering fra mayakulturen og nåtidens omgivelser. Han anser forandring som en helt naturlig del av historien som på ingen måte er ensbetydende med "tap" av mayaindiansk kultur og identitet.

Blant mine turistinformanter var det et stort ønske om å oppleve det som mange av dem omtalte som "autentisk mayakultur" og "ekte mayaer". Paradokset i den sammenheng var at turistene samtidig erkjente at deres kontakt med mayaindianerne gradvis ville gjøre dem mindre 'maya'. Nettopp på grunn av deres utstrakte kontakt med turistene ble derfor ikke de mayaindianske håndverksselgerne i Antigua oppfattet og anerkjent som "autentiske" mayaindianere. På samme måte ble (re)konstruksjonen av Antigua som en kolonialsk by problematisk for mange turister, på grunn av tilstedeværelsen av mange moderne fenomener og elementer. I motsetning til håndverksselgerne i Antigua ble kvinnene i kooperativet derimot ansett som mer "ekte maya". Flere av turistene uttrykte riktignok en slags bekymring for hvorvidt de ville kunne opprettholde sin kulturelle "ekthet" ettersom deres kontakt med omverdenen økte. Disse bekymringene manifesterte seg ofte i dramatiske metaforer som at mayaindianerne er i ferd med å "tape" og "miste" kultur, tradisjoner og identitet. I den sammenheng har jeg argumentert for at mye av det skriftlige og visuelle materialet om Guatemala og mayakultur har bidratt i konstruksjonen av turistenes romantiske forestillinger om dagens mayaindianere.

Som deltakere innen turismen var mine mayaindianske informanter svært bevisste i forhold til hvordan de blir fremstilt i turistdiskursen om 'maya', noe jeg opplevde de strategisk benyttet i sin kontakt med turistene. I sin kontakt med de internasjonale turistene brukte de historie og tradisjoner som sentrale bestanddeler i konstruksjonen av kulturell annerledeshet. "[Håndverksselgere] er flinke til å fremføre kultur, noen ganger er vi mer 'maya' enn våre

forfedre”, uttalte en kvinnelige mayaindiansk håndverksselger på Mercado de Artesanías. På tross av det humoristiske innslaget i slike kommentarer, kan det argumenteres for at deres involvering innen turismen har ført til en økende grad av kulturell bevissthet og selvrefleksivitet rundt det å være mayaindianer. Dette har ført til nye fortolkninger av historie og en strategisk grensesetting rundt identitet (Friedman 1994). I motsetning til de fremvoksende mayabevegelsene som bruker begrepet om ’maya’ i den nasjonale og internasjonale diskursen om politiske rettigheter, omfavnet ikke håndverksselgerne på Mercado de Artesanías eller kvinnene i kooperativet denne ”endimensjonale” identitetsbruken. Det var bare i kontakt med turistene at de inntok rollen som ’maya’ for å imøtekomme turistenes oppfatninger om hva som utgjør det ”ekte maya-iske”. I så måte ble ’maya’ en slags translokal identitet de bare utspilte i sin kontakt med turistene på markedet. Utenfor markedssfæren benyttet de ikke en gruppebasert mayaindiansk identitet, men en spennvidde av mer lokalt forankrede identitetskategorier for å manøvrere seg gjennom Guatemalas og Antiguas sosiopolitiske landskap. Denne forskjellen i forvaltning av kultur og historie mellom de mayaindianske håndverksselgerne og de politiske mayabevegelsene kan relateres til deres forskjellige identitetsprosjekter (Little 2004a). Mayabevegelsenes arbeid er knyttet til en kamp for historisk selvbestemmelse og en dekonstruksjon av alle former for stereotypiske framstillinger av ’maya’. Håndverksselgerne hadde et ambivalent forhold til dette arbeidet. På den ene side var de glade for at noen arbeidet for mayaindianske rettigheter, og rettet et kritisk søkelys mot den guatemalanske regjeringens diskriminerende politikk. På den annen side delte de ikke mayabevegelsenes politiske mål om en egen mayaindiansk stat og nasjonalidentitet. Grunnen til dette var at de mayaindianske håndverksselgerne i Antigua beveget seg mellom flere overlappende arenaer for samhandling. På den måten var det aldri gitt hva som var en hensiktsmessig identitet å gjøre relevant. De var nødt til å ha et pragmatisk forhold til identitet. Zygmunt Bauman (1996) skriver: ”If the modern ‘problem of identity’ is how to construct an identity and keep it solid and stable, the postmodern ‘problem of identity’ is primarily how to avoid fixation and keep options open” (ibid 1996: 18). Derfor brukte de et mangfold av identitetskonstellasjoner, hvorav ’maya’, ’indígena’, ’kaqchikel’, ’selgere’ og ’håndverkere’ var de mest benyttede. Mine mayaindianske informanter var fortrolige med og bevisste på de mulighetene og begrensningene som hver av disse kategoriene medførte i ulike situasjoner og kontekster.

De fleste av mine mayaindianske informanter anså den guatemalanske regjeringen og lokalpolitikere i Antigua som en direkte hindring overfor deres politiske, økonomiske og

sosiale selvbestemmelse. Flere av dem anså turismen som en nisje, og den første realistiske muligheten til å øke kontrollen over egen autonomi. Det vil derfor være problematisk, om ikke direkte reduksjonistisk, å hevde at deres deltakelse innen turismen bare var basert på et ønske om økonomisk gevinst. Økt inntekt var riktignok en viktig del av denne autonomien de søkte, men deres overordnede prosjekt var knyttet så vel til kulturell som sosial autonomi. Penger var derfor ikke bare et mål i seg selv, men også et middel på vei mot målet om økt selvbestemmelse og kontroll over egne liv. For kvinnene i kooperativet ble den økte inntekten et hjelpemiddel for å kunne beholde tomten, opprettholde et tradisjonelt levesett og gi barna en god utdanning. Spesielt la mine kaqchikel-talende informanter vekt på at deres barn skulle lære kaqchikel. Dette må sees i sammenheng med at mayaindianske språk ikke bare er språk, men også tilknyttet kulturelle mayaindianske verdier og kosmologi (Fischer og McKenna Brown 1996). For dem var det heller på ingen måte gjensidig utelukkende å være mayaindianer, og samtidig bruke elektroniske artikler, mobiltelefoner, vestlige klær, surfe på Internett og se på fjernsyn. Appadurai skriver: "As rapidly as forces from various metropolises are brought into new societies they tend to become indigenized" (ibid 1996: 32). Disse gjenstandene ble også brukt som kilder for å forstå turistene og omverdenen bedre. De mente disse gjenstandene bidro til å gjøre det lettere å være mayaindianere, vedlikeholde kulturelle praksiser og opprettholde sosiale relasjoner over større geografisk avstand enn det tidligere var mulig. Ironisk nok, siden mange turister anså slike gjenstander som "inautentiske" markører, ble elektroniske artikler ofte fjernet av i forkant av turistbesøk for å iscenesette møter basert på turistenes oppfatninger av hva som utgjør det "ekte maya-iske".

I denne oppgaven har jeg fokusert på de spesifikke strategiene som ulike mayaindianske individer og grupper kritisk og kreativt bruker i sin deltakelse innen den internasjonale turismen, i et forsøk på å forbedre individets, husholdets og lokalsamfunnets situasjon, og samtidig ta vare på tradisjonelle mayaindianske praksiser og kulturelle verdier. Gjennom mine informanters deltakelse innen den globale økonomien, har jeg forsøkt å vise at det på ingen måter er gjensidig utelukkende å være marginalisert hva gjelder økonomiske og politiske ressurser, og samtidig være ressurssterk og utøve handlingskraft innen visse strukturelle rammer, som på en og samme tid både begrenser og åpner muligheter for dem.

Kildeliste

- Aitchison, Cara (1999): Heritage and Nationalism: Gender and the Performance of Power. I: D. Crouch (red.): *Leisure/Tourism Geographies: Leisure Practices and Geographical Knowledge*. London: Routledge, s. 59–73.
- Annis, Sheldon (1987): *God and Production in a Guatemalan Town*. Austin: University of Texas Press.
- Bauman, Zygmunt (1996) From pilgrim to tourist; or A short history of identity. I: Stuart Hall og Paul Du Gay (red.): *Questions of Cultural Identity*. London: SAGE, s. 18–36.
- Bell, Elizabeth (2005): *Antigua Guatemala: The City and its Heritage*. 5. utg. Guatemala: Antigua Tours Pubs.
- Bell, Elizabeth (2006): Intervju. Antigua, Guatemala. 17.03.2006.
- Berkaak, Odd Are (2005): Forelesning. *Etnisitet og Nasjonalisme*. Blindern, Oslo. 07.08.2005.
- Boorstin, Daniel (1964): *The image: A Guide to Pseudo-Events in America*. New York: Harper.
- Bourdieu, Pierre (1984): *Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Breglia, Lisa (2006): *Monumental Ambivalence: The Politics of Heritage*. Austin: The University of Texas Press.
- Brosnahan, Tom (1994): *Guatemala, Belize, and Yucatán: La Ruta Maya*. 2. utg. Hawthorn: Lonely Planet Publications.
- Bruner, Edward M. og Kirshenblatt-Gimblett, Barbara (1994): Masaai on the Lawn: Tourist Realism in the East Africa. *Cultural Anthropology* 9 (2): 435–470.
- Bruner, Edward M. (1996): Tourism in the Balinese Borderzone. I: Lavie, Smadar og Ted Swedenburg (red.) *Displacement, Diaspora, and Geographies of Identity*. Durham: Duke University Press, s. 157–179.
- Castañeda, Quetzil (1996): *In the Museum of Maya Culture: Touring Chichén Itzá*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Cohen, Erik (1974): Who is a Tourist?: A Conceptual Clarification. *The Sociological Review* 22 (4): 527–555.
- Cohen, Erik (1988): Authenticity and Commoditization in Tourism. *Annals of Tourism Research* 15: 371–386.

- Crain, Mary M. (1996): The Gendering of Ethnicity in the Ecuadorian Andes: Native Women's Self-Fashioning in the Urban Marketplace. I: Marit Melhuus og Kristi Anne Stølen (red.): *Machos, Mistresses, and Madonnas: Contesting the Power of Latin American Gender Imagery*. New York: Verso Press, s. 134–183.
- Crick, Malcolm (1989): Representations of International Tourism in the Social Sciences: Sun, Sex, Sights, Savings, and Servility. *Annual Review of Anthropology* 18: 307–344.
- Douglas, Mary (1966): *Purity and Danger: An Analysis of Concepts of Pollution and Taboo*. London: Routledge and Kegan Paul.
- Eidheim, Harald (1971): *Aspects of the Lappish Minority Situation*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Ekern, Stener og Trygve Bendiksbj (red.) (2001): *Guatemala – demokratisering og kulturelt mangfold*. Oslo: Institutt for menneskerettigheter, UiO .
- Fischer, Edward F. (2001): *Cultural Logics and Global Economies: Maya Identity in Thought and Practice*. Austin: University of Texas Press.
- Fischer, Edward F. og Carol Hendrickson (2003): *Tecpán Guatemala; A Modern Maya Town in Global and Local Context*. Oxford: Westview Press.
- Fischer, Edward F. og R. McKenna Brown (1996): *Maya Cultural Activism in Guatemala*. Austin: University of Texas Press.
- Foucault, Michel (1979): *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*. New York: Vintage Books.
- Friedman, Jonathan (1994): *Cultural Identity & Global Process*. London: SAGE Publications.
- Garbett, G. Kingsley (1970): *The Analysis of Social Situations*. Man Vol. 5 (2). s. 214-227.
- Goffman, Erving (1992): *Vårt rollespill til daglig: En studie i hverdagslivets dramatikk*. Oslo: Pax Forlag.
- Green, Linda (1999): *Fear as a Way of Life: Mayan Widows in Rural Guatemala*. New York: Columbia University Press.
- Harvey, David (2001): The Art of Rent: Globalization and the Commodification of Culture. I: D. Harvey: *Spaces of Capital. Towards a Critical Geography*. Edinburgh: Edinburgh University Press, s. 394–411.
- Hervik, Peter (1999): The Mysterious Maya of National Geographic. *Journal of Latin American Anthropology* 4(1): 166–197.
- Jackson, Peter (1999): Commodity Cultures: The Traffic in Things. Transactions of the Institute of British Geographers. *New Series Vol. 24 (1)*: 95–108.

-
- Kearney, Michael (1995): The Local and the Global: The Anthropology of Globalization and Transnationalism. *Annual Review of Anthropology* Vol. 24: 547–565.
- Kearney, Michael (1996): *Reconceptualizing the Peasantry: Anthropology in Global Perspective*. Boulder, CO: Westview Press.
- Kirshenblatt-Gimblett, Barbara (1998): *Destination Culture: Tourism, Museums, and Heritage*. Berkeley: University of California Press.
- Kopytoff, Igor (1986): The cultural biography of things: Commoditization as process. I: Arjun Appadurai (red.): *The Social Life of Things*. New York: Cambridge University Press, s. 64–95.
- Lakoff, George og Mark Johnson (2003): *Methaphors We Live by*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Lash, Scott og John Urry (1994): *Economies of Signs & Space*. London: SAGE Publications.
- Lien, Marianne (2003): Shifting Boundaries of a Coastal Community: Tracing Changes on the Margin. I: Thomas Hylland Eriksen (red.): *Globalisation Studies in Anthropology*. London: Pluto Press, s. 99–121.
- Litte, Walter (2004a): *Mayas in the Markedplace. Tourism, Globalization and Cultural Identity*. Austin: University of Texas Press.
- Little, Walter E. (2004b): In Between Social Movements: Dilemmas of Indigenous Handicrafts Vendors in Guatemala. *American Ethnologist* 31(1): 43–59.
- Loumann, Ole (2002): *Turen går til Guatemala*. København: Politikens forlag.
- Lutz, Catherine og Jane Collins (1993): *Reading National Geographic*. Chicago: University of Chicago Press.
- MacCannell, Dean (1976): *The Tourist. A New Theory of Leisure Class*. New York. Schocken.
- MacCannell, Dean (1999): *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. 3. utg. Berkeley: University of California Press.
- McLaren, Deborah (1999): The History of Indigenous Peoples and Tourism. *Cultural Survival Quarterly* 23 (2): 27–28.
- Mitchell, J. Clyde (1956): *The Kalela Dance*. Manchester: Manchester University Press, Rhodes Livingston Papers, no. 27
- Mitchell, J. Clyde (1966): *The Yao Village: a Study in the Social Structure of a Malawian Tribe*. Manchester: Manchester University Press.
- Montejo, Victor (2004): Angering the Ancestors: Transnationalism and Economic Transformation of Maya Communities in Western Guatemala. I: John Watanabe og Edward F. Fischer (red.): *Pluralizing Ethnography: Comparison and Representation in Maya Cultures, Histories, and Identities*. Oxford: James Currey, s. 231–256.

- Nash, June (red.) (1995): *Crafts in the World Market: The Impact of the Global Exchange on the Middle American Artisan*. Albany: State University of New York Press.
- Noble, John og Susan Forsyth (2004): *Guatemala*. Hawthorn: Lonely Planet Publications.
- Prentice, Richard (1993): Motivations of the Heritage Consumer in the Leisure Market: an Application of the Manning-Haas Demand Hierarchy. *Leisure Sciences* 15: 273–290.
- Rajotte, Freda (red.) (1987): *Tourism: A New Type of Sugar*. Honolulu: University of Honolulu.
- Rojek, Chris (1995): *Decentring Leisure. Rethinking Leisure Theory*. London: SAGE Publications Ltd.
- Said, Edward (1978): *Orientalism*. New York: Vintage.
- Schackt, Jon (2001): The Emerging Maya: A Case of Ethnogenesis. I: Ueli Hostettler og Matthew Restall (red.): *Maya Survivalism*. Markt Schwaben: Verlag Anton Saurwein.
- Scott, James (1990): *Domination and the Art of Resistance. Hidden Transcripts*. New Haven: Yale University Press.
- Sharpley, Richard (1999): *Tourism, Tourist and Society*. Huntingdon: ELM Publications.
- Silverman, Helaine (2002): Touring Ancient Times: The Present and Presented Past in Contemporary Peru. *American Anthropologist* 104 (3): 881–902.
- Tsing, Anna (2002): Conclusion: The Global Situation. I: J.X. Inda og R. Rosaldo (red.): *The Anthropology of Globalisation*. Oxford: Blackwell Publishers Ltd, s. 453–485.
- Turner, Louis og John Ash (1975): *The Golden Hordes: Tourism and the Pleasure Periphery*. London: Constable.
- Urry, John (1990): *The Tourist Gaze. Leisure and Travel in Contemporary Societies*. London: SAGE Publications.
- Urry, John (1995): *Consuming Places*. London: Routledge.
- Van den Berghe, Pierre (1996a [1981]): Does Race Matter? I: J. Hutchinson og A.D. Smith (red): *Ethnicity*. New York: Oxford University Press, s. 57–63.
- Van den Berghe, Pierre (1996b): Tourism. I: Alan Barnard og Jonathan Spencer (red.): *Encyclopedia of Social and Cultural Anthropology*. London: Routledge, s. 551–552.
- Vike, Halvard (2005): Forelesning. *Metode*. Blindern, Oslo. 21.09.2005.
- Wang, Ning (1999): Rethinking Authenticity in Tourism Experience. *Annals of Tourism Research* Vol. 26, nr. 2: 349–370.
- Warren, Kay B. (1998): *Indigenous Movements and Their Critics: Pan-Maya Activism in Guatemala*. Princeton: Princeton University Press.

-
- Watanabe, John M. (1995): Unimagining the Maya: Anthropologists, Others, and the Inescapable Humbris of Authorship. *Bulletin of Latin American Research* 14 (1): 25–45.
- Watson, James (1998): *Golden Arches East: McDonald's in East Asia*. Stanford: Stanford University Press.
- White, Richard (1996): The Return of the Natives. *New Republic* 8. juli 1996: 37–41.
- Wikan, Unni (1996): Fattigdom som opplevelse og livskontekst: Innsikt fra deltakende. I: Odd Wormnæs (red): *Vitenskap – enhet og mangfold*. Oslo: ad Notam Gyldendal, s. 181–201.
- Wilson, Richard (1995): *Maya Resurgence in Guatemala: Q`eqchi` Experiences*. London: University of Oklahoma Press.
- Wolf, Eric (1982): *Europe and the People Without History*. London: University of California Press.
- Yea, Sallie (2002): On and Off the Ethnic Tourism Map in Southeast Asia: The Case of Iban Longhouse Tourism, Sarawak, Malaysia. *Tourism Geographies* Vol. 4 (2): 173–194.

Appendix

Nedenfor følger spørreundersøkelsen jeg gjennomførte på Mercado de Artesanías. I de tilfeller hvor mine informanter foretrakk å bli intervjuet benyttet jeg spørreundersøkelsen som intervjuguide. I utformingen av spørsmålene fant jeg stor inspirasjonen i Walter E. Little (2004a) både hva angår spørsmål og temaer. Mine språklærere på *Proyecto Lingüístico Francisco Marroquín* bidro også med fruktbare innspill og hjalp meg med å formulere spørsmålene på en bedre måte.

ENCUESTA A VENDEDORES DE ARTESANÍA

- Nombre:
- Edad:
- Numero de su tienda o localización:

¿En qué lugar nació usted?

¿Dónde vive actualmente?

¿Cuál es el grado más alto que cursó en la escuela?

¿Estado civil: Casado/a, soltero/a, divorciado/a, viudo/a? (Si esta casado/a, dónde nació él/ella?)

¿Tiene usted hijos? (Cuántos hijos tiene y cuántos años tienen ellos?)

¿Si tiene hijos, ayudan o/y colaboran ellos con usted en este negocio, o que hacen ellos?

¿Qué idioma/s habla usted?

¿Cuál es su religion?

¿Cómo se identifica? A) Ladino/a, B) Maya, C) Indígena, D) Guatemalteco/a, E) Kachikel, F) Otro

¿Desde hace cuántos años vende productos artesanales? (ha vendido productos artesanales en otros lugares tambien? Dónde?)

¿Cuánto tiempo ha tenido esta tienda?

¿Tiene familia que trabaja como vendedores? (Si? Como se llaman? Donde venden?)

¿Es este negocio la única fuente de ingreso de dinero? (Si no, cuál es la otra?)

¿Quien hace los productos que vende? (Si usted hace algunos productos, cuáles?)

¿Necesita pagar impuestos para su local/tienda? (Cuánto?)

¿Aproximadamente cuántos quetzales gana a través de su negocio como vendedor en un mes?

¿Exporta usted algunos productos directamente al extranjero? (Si? Cuál/es país/es?)

¿Que importancia piensa usted que ha tenido el turismo para usted y otros vendedores?

¿Para usted, que efecto positivo y/o negativo obtiene el turismo en general para los indígenas y los vendedores?

¿Cuál son los retos/desafíos en la relación con los turistas nacionales para usted como indígena y vendedor en su negocio?

¿Qué piensa usted del turismo internacional y los turistas internacionales?

¿Cuál son los retos/desafíos en la relación con los turistas extranjeros para usted como indígena y vendedor en su negocio?

¿Qué ideas piensa usted que los turistas extranjeros han tenido acerca de la cultura maya antes de viajar a Guatemala y Antigua?

¿Qué piensa cuando un ladino, un turista o una persona no indígena se pone la ropa indígena?

¿Cuáles piensa usted son los obstáculos para los vendedores en Antigua actualmente?

¿Piensa que el turismo amenaza la identidad, la vida y/o la cultura indígena?

¿Piensa usted que existe alguna resistencia entre los indígenas por trabajar en la industria del turismo? (Por favor, explíqueme)

¿Qué espera usted del turismo y la cooperación internacional en el futuro para el desarrollo personal y comunitario?

¿Quiénes son "los mayas"? Existen "los mayas" actualmente?

¿Para usted, cuáles son los factores importantes para la identidad indígena?

¿Actualmente, cómo describe usted el sistema religioso de los indígenas?

¿Para usted, que significancia tiene la historia indígena hoy en día?

¿Cuáles son las tradiciones más importantes de los indígenas antiguos para usted y su familia que ustedes prueban y traer a las generaciones próximas?

¿Qué opiniones tiene usted acerca de los "Movimientos Mayas"?

¿Hay diferencias entre los indígenas y los ladinos? Por favor, explique su opinión acerca de las diferencias y las similitudes entre los dos.

¿Por qué piensa usted que los indígenas y los ladinos son/no son iguales?