

IV Congreso de la Red Internacional de Migración y Desarrollo

# Crisis global y estrategias migratorias:

hacia la redefinición de  
las políticas de movilidad

18,19 y 20 de mayo de 2011 - FLACSO - Quito, Ecuador



# TRANSNACIONALIZACIÓN DE LA ESPIRITUALIDAD INDÍGENA Y TURISMO MÍSTICO

Por: Jean Paul Sarrazin<sup>1</sup>

## RESUMEN

En este artículo se presentan en paralelo dos fenómenos notables tanto en América Latina como en muchos otros lugares del mundo occidentalizado. Por un lado, la importancia que han tomado las identidades locales, indígenas, autóctonas, étnicas, las cuales, en muchos casos, utilizan significantes de tipo religioso o “espiritual” para definir sus identidades culturales. En el caso de los indígenas americanos, es frecuente observar que el chamanismo se menciona como un elemento clave, el cual es en realidad una generalización que se nutre de intercambios globalizados de hoy en día.

Por otro lado, tenemos el evidente aumento del turismo “místico”, el cual está emparentado con el turismo cultural, étnico e incluso con el turismo ecológico. Este aumento es un fenómeno paralelo al creciente número de personas no indígenas, principalmente en las clases medias latinoamericanas, interesadas en las “culturas indígenas” y en el chamanismo, así como en experiencias cada vez más nuevas, exclusivas, exóticas y “auténticas”. Esto los lleva a desplazarse no sólo dentro del país, sino más allá de sus fronteras, en búsqueda de sabidurías y espiritualidades étnicas.

## PALABRAS CLAVE

Chamanismo, Colombia, Identidad, Alteridad, Indígenas, Etnicidad, Globalización, Pluralismo, Representaciones, Turismo.

## UN PRIMER ACERCAMIENTO A LA POBLACIÓN LOCAL

La investigación que dio origen a este texto (realizada en el marco de un doctorado en sociología) está centrada en el trabajo de campo con una población compuesta de personas que asisten a eventos relacionados con indígenas, como rituales chamánicos o presentaciones de folclor, o que tienen prácticas como el turismo cultural, las visitas a museos o a mercados de artesanías. Estas personas nos pusieron en contacto con conocidos o amigos de ellos que podrían también hablar del interés por las culturas indígenas. Luego de haber entrevistado más de 30 personas, se hizo evidente que existía un *tipo-ideal* (en el sentido weberiano del término) en el cual se concentró la investigación: se trata de personas que pertenecen a estratos socioeconómicos medio y alto, y son, en su mayoría, profesionales y/o intelectuales con un capital cultural (gracias, en parte, a su acceso a la educación universitaria) que no tiene la mayoría en Colombia.

Los discursos de la población, junto con representaciones en los medios y declaraciones oficiales, fueron analizados teniendo en cuenta observaciones etnográficas que duraron 5 años entre el 2004 y el 2009. Este análisis mostró que entre las clases medias y altas bogotanas existe la construcción de un imaginario positivo sobre lo indígena, en el cual la espiritualidad es un elemento fundamental. Esto es lo que he llamado la construcción del

---

<sup>1</sup> Antropólogo de la Universidad de Los Andes, Bogotá. Master en Migraciones y Relaciones Interétnicas. Doctor en Sociología de la Universidad de Poitiers, Francia.

indígena espiritual (Sarrazin, 2010). Sin embargo, un análisis comparativo con otros países, así como la pregunta sobre el origen de estas representaciones positivas de lo indígena, permitieron ver que el fenómeno no se limitaba a la escala local, y que había que tener en cuenta la circulación transnacional de personas, de objetos, y sobretodo, de información y de imágenes.

La construcción de una identidad indígena “espiritual” y el turismo místico (el cual es una sub-categoría relacionada con el turismo cultural<sup>2</sup> y el turismo étnico), son dos factores que se retroalimentan mutuamente. La importancia que han tomado las identidades indígenas en las representaciones públicas ha permitido que las clases medias, principal población relacionada con el aumento del turismo en las últimas décadas, conozcan algo de dichas identidades y consideren a lo indígena como un objeto más que puede atraer su atención. El aumento del turismo, por su parte, o de manera más general, el aumento del interés por lo indígena por parte de las clases medias con poder adquisitivo, ha propulsado la construcción de las identidades indígenas “espirituales”, puesto que muchos grupos (de indígenas o de neo-indígenas) se han dado cuenta que presentarse con esa identidad les aporta beneficios económicos, simbólicos y hasta políticos.

La construcción de una identidad indígena, con su fuerte componente “espiritual”, tiene una naturaleza transnacional, es decir que, contrariamente a los que muchas personas creen, no se trata de la “recuperación” de tradiciones “milenarias” y la expresión de lo estrictamente local, sino que son construcciones ultra-modernas que se nutren de la circulación de productos, información y personas a través de tecnologías contemporáneas. Gracias a esta circulación, la población de estudio habla, como si se tratara de una misma “cultura indígena” de la filosofía de los *kogui* (indígenas de Colombia), de los maya (de Guatemala) o de los mapuche (de Chile), por ejemplo. Las clases pudientes no indígenas se interesan por una espiritualidad nativa que puede encontrarse, según ellos, ya sea en Tenochtitlan en México, La Sierra nevada de Santa Marta en Colombia, o el lago Titi-caca entre Perú y Bolivia. En ese tipo de lugares, llamados por algunos “*mystic spots*” (y el nombre en inglés delata el carácter globalizado del concepto) podemos encontrar turistas Bogotanos que quieren tener experiencias culturales aparentemente fuera de lo común. Volveremos a este punto más adelante.

Igualmente, hay que considerar que ese turismo empieza en casa. Las personas encuentran en Bogotá cada vez más fácilmente una oferta de servicios, objetos y discursos relacionados con la espiritualidad de los grupos étnicos del mundo entero, incluyendo por supuesto a los indígenas del país. Éstos últimos son vistos como elementos exóticos, ya que en Bogotá la población indígena es muy marginal (cf. DANE, 2007, 2008) y en general en el país es raro que un no-indígena entre en contacto con un indígena. El interesado por las espiritualidades étnicas también puede acceder a domicilio a la oferta que brindan, por ejemplo, un chaman-coach chileno o un experto en el calendario maya, ya que ellos se desplazan para venir a Bogotá (de esto hablaremos después).

En Colombia, desde hace unos 15 años ha comenzado a popularizarse lo que comúnmente se entiende como chamanismo (y que algunos llaman “neo-chamanismo”). Más y más personas no indígenas, especialmente en los estratos acomodados de las ciudades, se

---

<sup>2</sup> Podemos tomar la definición de turismo cultural como una práctica motivada por “un deseo de ampliar los horizontes personales, buscar conocimientos y emociones [...] un deseo de lo otro” (Origet du Cluzeau, 2000, p. 3. Mi traducción).

interesan por ciertas prácticas rituales y por la filosofía que estaría detrás de ellas (Sarrazin, 2008).

El ritual chamánico más conocido en Bogotá es la “toma de yajé”. Se comienza a hacer en Bogotá a principios de los años 1980s por algunos pocos intelectuales (como antropólogos, médicos o artistas). Estos círculos se fueron ampliando en la medida en que más personas quisieron asistir a nuevas “tomas” y organizarlas. A partir de entonces las “tomas” se difunden especialmente entre en las clases media y alta y los grupos de intelectuales. Los individuos que se reúnen para este tipo de prácticas no necesariamente se conocen entre si, y pueden ir simplemente porque sintieron “curiosidad”. Algunos vuelven a otras tomas, otros no. Se considera realizar estos rituales en el campo, porque el contacto con la naturaleza, valorado por la gran mayoría de las personas consultadas, permitiría además un cierto grado de autenticidad, ya que se pretende reproducir lo más fielmente posible un ritual “tal como lo hacen los indígenas” en la selva. En efecto, la búsqueda de exotismo y de “pureza indígena” es muy importante en este fenómeno. La identidad indígena es pues recalcada, y esto garantizaría que la sabiduría espiritual y terapéutica allí transmitida no es obra de charlatanes.

Las “tomas” frecuentemente son precedidas de charlas y prácticas “preparatorias” en donde se habla de las virtudes de las plantas utilizadas por los indígenas, del milenarismo conocimiento de los aborígenes, del papel central del chamán, etc., durante uno o varios días, en lo que se suele llamar un “taller”. También puede haber actividades de relajación, caminatas, “danzas circulares sagradas”, etc. En estos rituales es evidente la presencia de discursos y prácticas de tipo New Age, por lo que lo indígena es interpretado a través de este tipo de marcos conceptuales, tomando además como referencia, por ejemplo, obras como la de Carlos Castañeda (1996). Por lo general, no es el indígena quien construye los discursos y diseña las actividades (con éste, el intercambio lingüístico es prácticamente nulo, aunque esto está cambiando con el tiempo), sino que lo hacen intelectuales ciudadanos organizadores de la toma.

### MARCO SOCIOPOLÍTICO

El interés por la espiritualidad indígena y el desplazamiento de individuos que se genera, surgen en el mismo período histórico en que se instala una ideología pluralista y unas políticas multiculturalistas, corriente que es en si un verdadero fenómeno transnacional que se manifiesta en América Latina, pero que también está relacionado con tendencias ideológicas originarias principalmente de las potencias del Norte. El caso de Colombia se suma a una verdadera ola transnacional de cambios constitucionales en favor del multiculturalismo en varios países latinoamericanos como Nicaragua (1987), Brasil (1988), México (1992), Perú (1993), Bolivia (1994).

Estos cambios se dan en un contexto en el que los grupos étnicos son reconocidos como sujetos políticos y tienen mayores posibilidades de organizarse y difundir abiertamente su cultura. Por otro lado, los cambios políticos y culturales promueven el respeto y la valoración de formas religiosas de las minorías étnicas. En todo este proceso, el medio académico (intelectuales, escritores, investigadores sociales, etc.) ha jugado un rol importante como intermediario entre los indígenas y el Estado, como promotor de la causa indígena frente al resto de la sociedad nacional, así como de inspirador y fuente de referencias para la construcción de las actuales identidades culturales de los grupos étnicos (Sarrazin, 2009).

De esta manera, la identidad indígena se convirtió en un valor que muchos individuos o colectividades están dispuestos a apropiarse y que es promovida y anunciada en la escena pública. Lo indígena se presenta ante la sociedad no-indígena como nunca antes lo había

hecho, desplegando una panoplia de símbolos identitarios llamativos, entre los cuales están la “espiritualidad ancestral”, el contacto con la naturaleza o los rituales como el que describimos anteriormente.

El número de individuos auto-identificados como miembros de grupos indígenas aumento de manera espectacular desde hace 20 años (DANE, *op. cit.* Ver cuadro abajo), en un proceso re-indigenización (cf. Chaves, 2003) o de etno-génesis.

Año	TOTAL	Indígenas	%	Afro-colombianos	%	ROM	%
1918	5.855.077	158.428	2,7				
1938	8.701.816	100.422	1,2				
1973	20.666.920	383.629	1,9				
1993	33.109.840	532.233	1,6	502.343	1,5		
2005	41.468.384	1.392.623	3,4	4.311.757	10,6	4.858	0,01

Nuevas organizaciones indígenas han surgido, y muchas de las que ya existían se han fortalecido (cf. Laurent, 2005). Un aspecto importante de esta construcción es el hecho de mostrarse indígena ante el resto de la sociedad nacional. Es así como las migraciones de indígenas hacia las ciudades tiene ahora la motivación de obtener las ventajas simbólicas, económicas o políticas en contextos urbanos. Algunos de estos individuos, en particular ciertos chamanes u otros miembros de las élites indígenas se encargan de promover y difundir la cultura indígena, presentando el chamanismo como una espiritualidad interesante para la mayoría no indígena. Estos individuos se pueden convertir en lo que he llamado empresarios étnico-espirituales, verdaderos comerciantes de prácticas y objetos supuestamente espirituales, que atraen principalmente a las clases pudientes “blancas”.

Pero no son sólo ellos. Muchos otros se benefician de la espiritualización de la identidad indígena. El mercado de artesanías, por ejemplo, recurre frecuentemente a supuestos usos y significados espirituales de los objetos para atraer clientes. Los museos también presentan ahora el chamanismo o las creencias religiosas como uno de los aspectos más interesantes de las culturas indígenas. Como lo explico en otro lugar (Sarrazin, 2010), los publicistas conocen este nuevo “gancho publicitario” y recomendaron al museo del Oro en Bogotá (el museo que atrae más turistas en Colombia) el darle un fuerte énfasis al chamanismo y a lo religioso, en el marco de una renovación del museo realizada recientemente. Luego de esta renovación, el número de visitantes al museo ha batido records. Aparentemente, el nuevo “look” místico espiritual sedujo a los turistas locales y de otras latitudes.

### EL INDÍGENA TRANSNACIONAL

No es un secreto que desde hace décadas existen esfuerzos de parte de ciertos individuos u organizaciones, para crear asociaciones de grupos indígenas a nivel nacional y más allá, que podrían tener más peso ante las instituciones nacionales para hacer sentir sus demandas. Se trataba de crear un movimiento indígena que tenía un gran parecido a los movimientos obreros internacionales, haciendo eco a la lucha de clases (Gros, 2000; Wade, 2000).

Pero hacia los años 1990, se empieza a ver un fenómeno algo diferente, que se parece más a las multinacionales en un sistema neoliberal, que a la “Internacional Socialista”.

Desde el punto de vista cultural, las pretensiones a una pan-indianidad actuales están relacionadas con “espiritualidad indígena” generalizada y con un pan-chamanismo imaginado.

Esta clase de universalismo (típico de la modernidad) es lo que ha permitido proyectos como el de Michael Harner (autor de origen estadounidense pero conocido en el medio de los adeptos al chamanismo en Colombia) quien pretende unificar el “saber chamánico” del mundo entero, vendiendo libros, talleres y conferencias con principios generales para toda persona, presentando lo que él se permite llamar “*core shamanism*”. Este fenómeno está relacionado con la creencia de que el chamanismo existe en culturas de lugares muy diferentes de América, incluso en continentes donde antes nunca se hablaba de chamanismo, como en África. El significante “chamanismo” o “chamánico” se globalizó y se cree fácilmente que cualquier grupo étnico debe poseer eso que en occidente llamamos “espiritualidad”.

Empresas similares a la de Harner han comenzado a verse en América Latina. Retomo la imagen del empresario étnico-espiritual, y para ello, puedo mencionar un ejemplo. Se trata de una organización, cuyo nombre prefiero no mencionar, dirigida por un chaman-coach de origen chileno. Supe de esta organización porque una de mis entrevistadas me dijo que lo había visto en un programa de televisión donde se habla de casos de medicina alternativa, espiritualidad, corrientes esotéricas, en una palabra, contenidos de tipo New Age<sup>3</sup>. Al querer averiguar más sobre esta organización, supe que tenían en efecto una sede temporal en Bogotá, donde se uno puede inscribir (a precios no abordables por las clases populares) a sus talleres y conferencias. Los discursos que publica la organización para atraer a sus clientes son por ejemplo: “Somos una Organización Internacional de Desarrollo Humano y Superación Personal, fundada por el Filósofo, Escritor, Personal Coach y Chaman chileno, Suryavan Solar y por su hija Solyaram”. Dentro de una lógica típicamente moderna y empresarial, hablan de tener un Objetivo y una Misión: “reunir Prácticas y Filosofías Ancestrales con las mejores Técnicas de Vanguardia del Mundo Moderno para el desarrollo integral del ser humano”. El carácter *trans* (transnacional, trans-religioso, trans-cultural) es mostrado con orgullo. Y es que el público ciudadano busca la diversidad a escala global, busca ser cosmopolita. Para eso viaja, pero para eso también los empresarios étnico-espirituales viajan y satisfacen la demanda local. Se quiere conocer muchas culturas para extraer de ellas esos conocimientos “antiguos y ocultos” que permitan al individuo moderno enriquecerse y tener más posibilidades de realizarse como persona, tener buena salud y ser feliz. La organización lo dice claramente. Su taller está dirigido a “todos aquellos que desean asumir un compromiso con el poder personal. ¿Usted busca el éxito? ¿Usted está insatisfecho con la dirección de su vida profesional o personal?” En el mismo panfleto se lee después: “Logre una profunda transformación en su vida. Libérese de trabas y de pensamientos limitantes en la búsqueda de su estado de excelencia”.



---

<sup>3</sup> La entrada de la indianidad latinoamericana en el movimiento New Age es algo que Galinier y Molinié (2006) han reportado. Además, como lo señalan estos autores, muchos de los términos utilizados por estos indígenas en sus puestas en escena son prestados de producción de antropólogos e historiadores.

Todas estas organizaciones, para poder abrirse a un mercado trans-cultural y trans-nacional se presentan como difusoras de valores humanistas y de principios universales. A pesar de la utilización de muchos conceptos ultramodernos como “empoderamiento” o “sinergias”, o palabras en inglés como “coach”, se evoca constantemente el origen indígena y ancestral de la sabiduría (la cuestión de la identidad, es decir, de la identificación como indígena es clave). Esta identidad indígena es útil en el discurso, ya que ella garantizaría el carácter verdaderamente exótico y diferente, lejos de las supercherías de comerciantes poco serios y lejos de la producción comercial para las masas. Lo estrictamente indígena, tradicional y distante culturalmente sería entendible y utilizable por individuos cosmopolitas, modernos, y bien occidentales, ya que dentro de lo indígena hay sabiduría universal, válida y útil para todo el mundo, independientemente de la cultura, religión, lengua, etc.

Otro ejemplo de desplazamiento de indígenas para difundir una sabiduría indígena es el caso de las Mingas en Bogotá. Se trata de reuniones bianuales organizadas por el Instituto Distrital de Cultura y Turismo, una institución pública.



Según el Instituto, el objetivo es brindar un espacio de intercambio y de dialogo intercultural y hacer visibles [para los Bogotanos] las sabidurías ancestrales. Como lo muestra la foto, los rituales religiosos o espirituales tienen un lugar preponderante, y el evento atrae los medios de comunicación nacionales. Para los indígenas provenientes de diferentes regiones y de diferentes países de América, esta es una oportunidad de ponerse en escena para dar una imagen positiva de sus “culturas”. “Minga es historias de origen, rituales, cantos y danzas sagradas, oralidad y memoria”, dice un volante público. Para los espectadores ciudadanos esta es una oportunidad de satisfacer su curiosidad por esas sabidurías milenarias, sin tener que desplazarse demasiado. El ciudadano “blanco” tiene así varias “culturas” a su disposición, como en las épocas de las exposiciones universales, como una forma de museo viviente, solo que ahora se pone el acento en el carácter intercultural y en el hecho de que los indígenas tienen realmente algo que aportarnos a nivel espiritual. Estos “encuentros” me fueron mencionados por algunos entrevistados, quienes los consideran como algo muy conveniente, un espectáculo muy interesante. Dentro de la programación del evento encontramos por ejemplo “cantos cósmicos de las galaxias”, “danzas circulares” o “rituales de origen”, actividades que evidentemente utilizan un lenguaje de tipo New Age y que atraen intelectuales interesados en espiritualidades alternativas.

Al hablar de las reinterpretaciones “espiritualizantes” de lo indígena, hay que analizar las nuevas formas de religiosidad o de espiritualidad de la sociedad colombiana. En efecto, luego de la ya conocida crisis de algunas de las instituciones, entre ellas la religión católicas, contexto en el que una nueva “espiritualidad” se ve fuertemente influenciada por ideas globalizadas de tipo “New Age”. De manera correspondiente, algunos indígenas, cercanos al medio ciudadano moderno y, por eso mismo, más visibles que los que viven en las comunidades rurales, utilizan también expresiones de tipo New Age en la medida en que son conscientes de la recepción positiva de ese tipo de discursos frente a la sociedad mayoritaria.

Los interesados en lo indígena y en las “otras culturas no occidentales”, esos eventuales turistas, se integran a circuitos de consumo de información y de objetos cuyas fuentes son generalmente EUA y Europa. Por ejemplo, quizás han leído algunos autores en común, como Carlos Castañeda (en particular *Las Enseñanzas de Don Juan*, 1996), Mircea Eliade (en particular *El chamanismo y las técnicas arcaicas del éxtasis*, 1994), Gurdjieff, Kardec o libros de tipo “espiritualidad oriental” (todos los cuales han sido escritos en otros países); han visto canales internacionales de televisión, como el canal “Infinito”, en el que transmiten, entre otros, documentales de corte místico sobre las religiones de otras culturas, como la del antiguo Egipto, de la China o de los chamanes amazónicos, intercalados con programas sobre las medicinas alternativas, los Ovnis, o el Feng-Shui.

Dichos circuitos de consumo de información, que podríamos llamar áreas de una vasta red, son recorridos por el individuo quien, siguiendo su imperativo de búsqueda (frecuentemente mencionada), puede ulteriormente salirse de esta área de información para pasar a otra. Por ejemplo, dos de estas áreas pueden ser el tema Oriental y el tema Indígena; los individuos que acceden a estas áreas - en tanto que consumidores de información- pueden encontrar una conexión o puente entre una y otra área a través de ciertos elementos comunes, como lo es la espiritualidad o el conocimiento del ser interior. Ciertas áreas son más conocidas que otras; la Oriental o la de “bienestar y salud integral”, parecen no dejar de popularizarse. Estas áreas de información tienen vínculos o elementos en común con el tema de la espiritualidad indígena, así que las primeras cumplen la función de puertas de entrada a la segunda. Los individuos interesados en estos temas “descubren” que las “culturas indígenas” también tienen muchos de estos conocimientos, también hablan de lo natural, del equilibrio de las energías y del conocimiento de sí mismo.

Los flujos transnacionales de información, canalizados a través de los medios de comunicación (televisión, Internet, prensa, etc.), así como los intercambios comerciales y las migraciones, han jugado un rol determinante en la difusión de esta idea de espiritualidad indígena, imaginada con ideas frecuentemente sacadas de la literatura New Age proveniente principalmente del Norte. Lo indígena local ha sido reinterpretado y readaptado al pensamiento y a las necesidades contemporáneas. Como lo dijo Appadurai (2000), los medios vehiculan imágenes, ideas, oportunidades que “vienen de otros lugares”, y la imaginación local los transforma, creando deseos de consumo y de desplazamiento. Considerar estos flujos de información es esencial para entender el interés reforzado por las sabidurías étnicas. La publicidad del turismo es evidentemente uno de los factores que más contribuye a crear una imagen exótica y atractiva de esas culturas locales que uno podría visitar. Pero hay que entender que las compañías de turismo utilizan esa estrategia en primera instancia porque se dieron cuenta que es un buen gancho publicitario, es decir que hay una población pudiente que le interesan esos temas de lo espiritual y son sensibles a la valoración de lo étnico. Este interés, de nuevo, se encuentra en poblaciones de muchos países occidentalizados (Amselle, 2001; Friedman, 2003; Sarrazin, 2010).



## LOS TURISTAS EN SU DESPLAZAMIENTO

Como ya se ha dicho, uno de los efectos de este interés por la espiritualidad indígena es el desplazamiento de individuos de las clases pudientes capitalinas hacia las comunidades indígenas o campesinas en lo que es conocido como turismo cultural, turismo étnico o turismo místico. La población de la que hablo está estrechamente ligada al *ideal-tipo* (en el sentido Weberiano) del “buscador espiritual”, el cual está presente en otros países de América Latina (ver por ejemplo, De La Torre y Zuñiga, 2005).

El turismo, a nivel mundial, es un sector de la economía que adquiere cada vez más importancia y en este sector se promueve el atractivo de conocer la cultura y la espiritualidad locales (de indígenas en este caso). El turismo contribuye a la reconstrucción y difusión de las identidades culturales (Bashkow, 2004; Lüsebrink, 1999) presentando la espiritualidad como uno de los elementos más interesantes de las culturas étnicas<sup>4</sup>. De esta manera, por un lado la construcción del indígena espiritual promueve el turismo en ciertos lugares habitados por comunidades indígenas o campesinas, y por otro lado, el turismo cultural constituye una puerta de entrada para que muchas personas que nunca se habían interesado por lo indígena lo hagan, luego de que algunos de estos temas les sean presentados en sus recorridos o en la publicidad.

Dos de las principales destinaciones de turismo étnico en Colombia, son la Sierra Nevada de Santa Marta, al norte del país, y el departamento del Amazonas, al extremo sur. En los dos casos se trata de lugares alejados de la capital, rodeados de naturaleza, que no han sido demasiado colonizados. En efecto, lo étnico suele ser asociado a la naturaleza, y por eso el turismo ecológico y de aventura se combina bien con el turismo étnico. Uno refuerza al otro, y de paso se refuerza el estereotipo de que el indígena es un ser “ecológico”<sup>5</sup>. En los dos casos, se propone al turista visitas a las comunidades indígenas, gracias a las cuales se podría conocer sus tradiciones. Incluso se puede dormir en chozas supuestamente “como las de los indígenas”, llamadas “*malokas*”, un término totalmente descontextualizado, que se popularizó con la vulgarización de la literatura etnográfica. En el Amazonas, una gran transnacional hotelera tiene sus “*malokas*” a disposición de los turistas blancos, y ha bautizado su lujoso complejo hotelero “*Lodge Tikuna*”, haciendo referencia a un nombre indígena de la región (pero también utilizando el inglés: se trata de un Lodge). Y si uno está realmente interesado, podrá dormir como ellos, vestirse como ellos, comer como ellos” y obviamente “participar en sus ceremonias y rituales” los cuales son, evidentemente, puestas en escena.

Algunos bogotanos se desplazan también al extranjero en búsqueda de experiencias místico-esotéricas supuestamente de origen étnico. Van por ejemplo a Guatemala, a Tikal, o a Tenochtitlan en México a meditar y a experimentar sensaciones supuestamente trascendentales. Van también a las pirámides de Egipto o al lago Titi-caca, donde supuestamente se sienten “energías especiales” y una “magia”. Me explicaba alguien que “los indígenas conocían todos esos fenómenos y, además, la civilización de esa zona estaba ligada a la Atlántida, una cultura sumamente avanzada, también en contacto con los extraterrestres”.

Los colombianos se movilizan así hacia los “*mystic spots*”, ya sea en el país o en el extranjero, donde se pueden encontrar comunidades indígenas. Este flujo de personas debe ser comprendido en el marco de un nuevo interés de la población por lo “auténtico” y el deseo de vivir experiencias “nuevas”. Todo ello tiene efectos en el desarrollo de las comunidades locales, las cuales se adaptan a este tipo de turismo.

---

<sup>4</sup> Sobre la utilización de lo espiritual o religioso como gancho publicitario por el turismo transnacional, en particular para vender una imagen atractiva de pueblos de África, ver Anne Doquet (2002) y Meyran (2005).

<sup>5</sup> Sobre la construcción del indígena ecológico, ver por ejemplo Ulloa, 2004.

En este tipo de turismo, es pues fundamental el proceso de definición de la identidad y de la alteridad. La construcción de una espiritualidad *indígena* es una cuestión de definición de lo que es indígena, y el interés del turista se basa en tal identificación. Lo que estas personas ven es una versión *auténtica* de la identidad cultural indígena? La mayoría de analistas dirían que no. Cualquier especialista se puede dar cuenta que se trata de *puestas en escena*, y esta una expresión que tiene connotaciones algo negativas; remite a una suerte de falsedad, de impostura. Pero yendo más allá en el análisis, yo me pregunto ¿cuál es la *verdadera* identidad de un pueblo o de una persona? ¿No estamos así volviendo a una visión esencialista de la cultura? ¿Quién y cómo se definen las versiones auténticas de una “cultura”? Las “culturas auténticas vs. las “puestas en escena” es un debate que se parece al del chamanismo vs. neo-chamanismo<sup>6</sup>. Personalmente me parece peligrosa esa diferenciación, en la medida en que el “neo-chamanismo” es una expresión que también tiene connotaciones peyorativas para algunas personas. El “neo-chamanismo” sería una versión no-auténtica del chamanismo. El verdadero chamanismo sería el “tradicional”. Ese argumento ignora la invención constante de la tradición (Cf. Hobsbawm y Ranger, 1983), es decir que “lo tradicional” es también una invención reciente, y pretende que los indígenas y su chamanismo rural, no ha cambiado desde hace siglos, lo cual es perfectamente falso. También se ignora la plasticidad y el mutabilidad de todas las identidades, las cuales negociamos permanentemente en función de la situación de interacción en la que nos encontramos. En todo caso, lo interesante es que las personas (como los que llamo turistas) que acceden a esas formas de chamanismo urbano o de chamanismo en presencia de “blancos” no suelen usar el término “neochamanismo”; prefieren creer que eso que ellos vieron y experimentaron es, al menos en parte, *el verdadero* chamanismo; quieren creer que vieron un pedazo de una “tradicción milenaria”. Ellos están buscando lo auténtico.

## CONCLUSION

Al hablar de identidades, evidentemente lo hacemos desde un punto constructivista, es decir que asumimos que las identidades no son como esencias inmutables que “son o no son”, sino construcciones históricas cambiantes, con fronteras negociables y difusas en ciertos casos (cf. Barth, 1998). Así, “ser indígena”, no es algo que investigador establece, sino una definición “*emic*” que emana de los grupos mismos.

Pero además, no se puede olvidar que la modernidad, y en particular la hipermodernidad (Lipovetsky y Serroy, 2008), ha producido a la vez una crisis de las identidades y una exacerbación de estas últimas:

Por un lado, hay una pérdida de referentes identitarios en las sociedades occidentales u occidentalizadas (ver por ejemplo, Lipovetsky, 1983; Schnapper, 1993). Los individuos se encuentran en una búsqueda de elementos simbólicos que les permitan dar sentido a sus vidas y construir una identidad personal. Frente a esta demanda, las “culturas étnicas” son vistas como fuentes de experiencias enriquecedoras para el individuo moderno, y frecuentemente se asume que es posible extraer de la diversidad étnico-cultural una especie de fondo de sabiduría universal, que sería entendible, aplicable y benéfica para la “realización personal” de todo ser humano. Es en este contexto que se desarrolla el turismo cultural, étnico y místico.

Por otro lado, el pensamiento dominante, pluralista y multiculturalista, ha permitido la reivindicación de las identidades, ya sean locales, tradicionales, marginalizadas, “subalternas”, como los homosexuales, las negritudes, las mujeres o, por lo que nos concierne

---

<sup>6</sup> Sobre este debate, ver por ejemplo Sarrazin (2010, Capítulo XII) o Wallis (2003).

acá, los grupos étnicos. Estos últimos, gracias a la discriminación positiva (o “*positive action*” en los Estados Unidos), gozan de privilegios tanto legales, como materiales, políticos y simbólicos, ya que lo indígena es visto de manera positiva al menos por una parte de las clases medias y altas. Esto a propulsado el deseo de constituir y mostrar una identidad étnica basada en referentes globalizados, y ha permitido la construcción de organizaciones y empresas que, bajo el lema de una espiritualidad local, se construyen a través de contactos e intercambios que trascienden las fronteras nacionales.

## BIBLIOGRAFÍA

- Amselle, Jean-Loup (2001) *Branchements. Anthropologie de l'universalité des cultures*. Paris : Flammarion.
- (2008) *L'Occident décroché : enquête sur les postcolonialismes*. Paris : Stock.
- Appadurai, Arjun (2000) *Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis : University of Minnesota Press.
- Barth, Fredrik (1998 [1969]) «Ethnic Boundaries. Introduction». In: BARTH, Fredrik (Ed.). *Ethnic groups and boundaries: the social organization of culture difference*. Long Grove, Ill. : Waveland Press, pp. 9-38.
- Bashkow, Ira (2004) «A neo-boasian conception of cultural boundaries». In: *American Anthropologist*, 6 (3): 443-458.
- Castaneda, Carlos (1996) *Las Enseñanzas de Don Juan. Una Forma Yaqui de Conocimiento*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Chaves, Margarita (2003) «Cabildos Multiétnicos e Identidades depuradas». In : GARCÍA DE LA TORRE, C. I. (Ed.) *Fronteras, Territorios y Metáforas*. Medellín: Universidad de Antioquia. INER ; Hombre Huevo Editores, pp. 121-135.
- DANE [Departamento Administrativo Nacional de Estadística] (2007) *Colombia : Una Nación Multicultural. Su Diversidad Étnica*. Bogotá: República de Colombia. Document extrait d'Internet le 06-09-2008, disponible sur le site [http://www.dane.gov.co/files/censo2005/etnia/sys/colombia\\_nacion.pdf](http://www.dane.gov.co/files/censo2005/etnia/sys/colombia_nacion.pdf)
- (2008) *Censo General 2005. Nivel Nacional*. Bogotá: República de Colombia. Document extrait d'Internet le 06-09-2008, disponible sur le site <http://www.dane.gov.co/censo/files/libroCenso2005nacional.pdf>
- De La Torre, Renée & Zuñiga, Cristina. 2005. « Lógica del mercado y lógica de la creencia en la creación de mercancías simbólicas » In : *Desacatos*, 18 (mayo-agosto) : 53-70.
- Doquet, Anne (2002) «Se montrer Dogon. Les mises en scène de l'identité ethnique». In : *Ethnologies Comparées*, 5. Document extrait d'Internet 14-09-2006, disponible sur le site <http://recherche.univ-montp3.fr/mambo/cerce/r5/n.5.htm>
- Eliade , Mircea (1992) *Le chamanisme et les techniques archaïques de l'extase*. Paris : Payot.
- Friedman, Jonathan (2003) « Globalizing Languages : Ideologies and Realities of the Contemporary Global System ». In: *American Anthropologist*, 105 (4): 744-752.

- Galnier, Jacques ; Molinié, Antoinette (2006) *Les néo-Indiens : une religion du IIIe millénaire*. Paris : O. Jacob.
- Gros, Christian (2000) «De la nación mestiza a la nación plural: el nuevo discurso de las identidades en el contexto de la globalización». In: SÁNCHEZ, Gonzalo; WILLS, María Emma (Comp.) *Museo, Memoria y Nación*. Bogotá: Mincultura, Museo Nacional, PNUD, IEPRI, ICANH, pp. 351-363.
- Hobsbawm, Eric J. y Ranger, Terence O. (Ed.) (1983) *The Invention of Tradition*. Cambridge [Cambridgeshire] : Cambridge University Press.
- Laurent, Virginie (2002) «Movimiento Indígena y retos electorales en Colombia: regreso de lo indio para una apuesta nacional». In: *Revista Colombiana de Antropología*, 38: 161-188.
- Lipovetsky, Gilles (1983) *L'ère du vide : essais sur l'individualisme contemporain*. Paris : Gallimard.
- Lipovetsky, Gilles ; Serroy, Jean (2008) *La culture-monde : réponse à une société désorientée*. Paris : Odile Jacob.
- Lüsebrink, Hans Jürgen (1999) « La construction de l'Autre. Approches culturelles et socio-historiques ». In : Hily, M.-H. ; Lefebvre, M.-L. (Ed.) *Identité Collective et Altérité*. Paris : L'Harmattan.
- Meyran, Régis (2005) « Les Dogon, la fabrication d'un mythe ». In : *Revue Sciences Humaines*, 159 : 50-53.
- Origet du Cluzeau, Claude (2000) *Le tourisme culturel*. Paris : Presses universitaires de France.
- Sarrazin, Jean Paul (2006) « Idées globalisées et constructions locales. L'image valorisée de l'indianité dans la Colombie contemporaine ». In : *Autrepart*, 38 : 155-172.
- (2008) « El Chamanismo es un Camino. Las culturas indígenas como fuentes de sabiduría espiritual en Bogotá ». In: Aguilar, Alejandra et al. (Eds.). *Raíces en Movimiento. Prácticas Religiosas Tradicionales en Contextos Translocales*. Guadalajara: El Colegio de Jalisco / IRD / CEMCA / CIESAS / ITESO. (Pp. 329-362).
- « Le rôle des élites intellectuelles dans le processus de visibilisation des indigènes en Colombie ». In : *E-Migrinter*, N° 4 : 100-106.
- (2010) *Représentations et valorisation de l'indigène par les élites en Colombie. Une construction locale de l'altérité dans un contexte globalisé*. Tesis de Doctorado en Sociología. Universidad de Poitiers. Francia.
- Ulloa, Astrid (2004) *La construcción del nativo ecológico. Complejidades, paradojas y dilemas de la relación entre los movimientos indígenas y el ambientalismo en Colombia*. Bogotá: ICANH-Colciencias.
- Wade, Peter (2000) *Raza y Etnicidad en Latinoamérica*. Quito: Abya-Yala.
- Wallis, Robert J. (2003) *Shamans/neo-Shamans : ecstasy, alternative archaeologies and contemporary pagans*. London: Routledge.