

Moderne pelgrims in de Vallei van de Reizende Entrepreneurs

Een onderzoek naar culturele veranderingen
ten gevolge van etnisch toerisme in Otavalo, Ecuador



Inge Veldscholten

Moderne pelgrims in de Vallei van de Reizende Entrepreneurs

Een onderzoek naar culturele veranderingen
ten gevolge van etnisch toerisme in Otavalo, Ecuador

Deze thesis is geschreven in het kader van het bachelorproject
Culturele Antropologie aan de Universiteit Utrecht

Inge Veldscholten
25 juni 2009
Studentnummer: 0445894
E-mail: inge.veldscholten@las.uu.nl
Begeleidster: Fabiola Jara Gomez

Inhoudsopgave

Voorwoord	3
Kaarten	4
Inleiding	5
Theoretische Onderbouwing	8
- Toerisme & Mondialisering	8
• De context van het toerisme	8
• Op zoek naar iets wat ontbreekt	10
• Verschillende toeristen, verschillende reisdoelen	10
- Contradicties van etno-toerisme	11
• Toerisme als een ‘agent of change’	12
• Toerisme als een ‘agent of continuity’	14
- Methodologie	15
De context: Coördinaten van de Otavalos in ruimte en tijd	17
- De tegenstrijdigheid van de overheersing: <i>‘the best of a bad lot.’</i>	18
- Take off	20
Het toerisme in Otavalo: zoveel wensen, zoveel mogelijkheden	22
- Opkomst van het toerisme	23
- Presentatie van de regio	23
- Verschillende toeristen: van massamarkt tot lokale zweethut	25
• Massatoeristen	25
• Modern pelgrims	26
• ‘Buitencategorie’	28
Aanpassingen door de bevolking: sociale normen van commercialisering	30
- Globale entrepreneurs	30
- Het vertalen van reiservaring naar toeristenvoorziening	31
- Gevolgen van commoditization; ongeschreven normen en lokale ethos	33
Pawkar Raymi: manifestatie van inheemse identiteit	38
- Reconstructed ethnicity	39
- Invention of tradition	41
- De intimiteit van de lente equinox	43
Conclusie	45
Literatuur	48
Bijlagen	51
- Bijlage 1: Reflectie verslag	51
- Bijlage 2: Resumen en español / english summary	53
- Bijlage 3: Verklarende Woordenlijst	57
- Bijlage 4: Afbeeldingen	59

Voorwoord

Het lijkt al weer lang geleden dat ik mijn eerste voorzichtige mailtjes naar Ecuador stuurde, in een poging daar een geschikte onderzoekslocatie te vinden, voor het project waarvan het resultaat nu voor u ligt. Een maand of acht geleden kwamen we voor het eerst bij elkaar met onze begeleidster en sindsdien is er geen dag voorbij gegaan dat ik er niet (op zijn minst in gedachten) mee bezig ben geweest. De kleine stapjes die we toen zetten om een degelijk theoretisch kader te formuleren, hebben uiteindelijk, via een veldwerk van drie maanden in Ecuador, geleid tot de totstandkoming van deze thesis. Het doormaken van dit hele proces heeft me veel mooie en vooral ook leerzame ervaringen opgeleverd. Naast een fantastische tijd in Otavalo, waarin de geweldige mensen daar me zowel persoonlijk als voor deze studie enorm vooruit geholpen hebben, heb ik geleerd over verschillende manieren van denken en informatie verwerking, die nodig zijn om alle verschillende soorten gegevens in een veldwerk bij elkaar te brengen. Dit zijn vaardigheden die ik de rest van mijn leven kan gebruiken. Een heleboel losse stukjes uit de afgelopen jaren studie, zijn in dit project bij elkaar gekomen en mij is nu duidelijk waar het allemaal voor dient!

Ik herinner me nog goed hoe onmogelijk het hele project me af en toe voorkwam, als ik weer eens omringd door boeken, papers of veldwerkgegevens met de handen in mijn haar naar het beeldscherm van mijn laptop zat te staren. Zonder de hulp en steun van een aantal mensen was het dan ook nooit gelukt, laat staan zo'n mooie ervaring geweest. Ten eerste wil ik Mieke bedanken, voor het thuis dat ze me bood in haar hostel Aya Huma, maar vooral voor de geweldige persoon die ze is. Als ik het even niet meer wist had ze altijd wijze raad achter de hand en daardoor heeft ze me enorm geholpen mijn ideeën en belevenissen te plaatsen. Daarnaast waren er vele mensen die het vertrouwen hebben gehad om me binnen te laten in hun leven en stukjes hiervan met mij te delen; *Geovanny, Maaïke, Bola, Shyri, Aida, Edwin, German, Santy, Gandy, Joop, Jutta, Isa, Elena, Aya, Linda, Alison, Angel, Pipo, Paul, Cesar, Carlos, Ali, Abdul, y el 'crew' de Aya Huma, muchísimas gracias a todos! Por la confianza, la amistad, los conversaciones y las experiencias preciosas!* Verder wil ik al mijn lieve vriendjes en vriendinnetjes bedanken, die al die tijd al mijn enthousiasme en twijfels met een glimlach hebben aangehoord en me een hart onder de riem staken als dit even nodig was. Dan rest één persoon zonder wie ik hopeloos verdwaald was in het hele project; Fabiola, onwijs bedankt voor alle opbouwende kritiek en sturing!

Kaarten¹²³



Figuur 1: Ecuador



Figuur 2: Otavalo



Figuur 3: De regio

¹ Bron: https://resourcesforhistoryteachers.wikispaces.com/file/view/south_america_pol98-sm.jpg

² Bron: www.go-south-adventures.com/ecuador-map.htm

³ Bron: Casa de Turismo Otavalo, voor nadere uitleg over de verschillende plaatsen zie bijlage 4

Inleiding

‘In La Jampa, de grootste en modernste discotheek van het stadje, is een culturele avond en aan de aankondigingen op straat, in kroegen en hostels te zien, is iedereen welkom. De avond gaat van start met reggaeton - dé populaire muziekstijl onder jongeren in Ecuador op het moment – en iedereen danst er vrolijk op los; de locals in paartjes en de buitenlanders in groepjes. Het eerste optreden is van een groep jongeren die in dierenvelen een traditionele dans uitvoeren. Ze worden gevolgd door twee muziekgroepen afgewisseld met steeds modernere dans. Dan is het tijd voor het hoogtepunt van de avond, Los NiN. De leden van de band zijn een combinatie van traditioneel geklede jongens (met poncho, hoed, witte broek) en gasten met American gangster outfit (wijde broek, hiphop trui, muts/petje). Hun muziek is duidelijk hiphop georiënteerd, maar wel met een regionale basis; ze rappen –deels in Quichua, de taal van de lokale bevolking – over hun inheemse identiteit, en de instrumenten lopen uiteen van elektrische gitaren, drumstel en synthesizer tot traditionele fluiten, en trommels. Na het eerste nummer vertelt één van de bandleden wat ze met hun muziek willen bereiken: “*Queremos decir de nuestra cultura indígena que está viva, es real y se transforma. No somos solo parte de la historia, no somos parte de un museo, no somos un artefacto, somos real, estamos aquí!*”⁴ Tijdens het nummer dat volgt, worden alle aanwezigen uitgenodigd om op traditionele manier met de jongens mee te dansen in een cirkel, terwijl ze rappen over ‘*la cultura pura*’⁵.⁶

De wereld waarin we leven wordt steeds kleiner. Mondialiseringprocessen hebben beelden, teksten en mensen van allerlei bevolkingsgroepen die totaal verschillend leven, over de wereld verspreid. Hierdoor komen verschillende culturen steeds meer met elkaar in contact, waardoor ze ook steeds meer invloed op elkaar hebben (Appadurai 2002: 47-52). Eén van de manieren waarop dit gebeurt is door middel van toerisme. Vanaf de tweede wereldoorlog is deze sector een belangrijke plaats gaan innemen in de verspreiding van mensen over verschillende gebieden op de aarde en het contact tussen verschillende bevolkingsgroepen. Het is daardoor een steeds grotere inkomstenbron geworden voor vele landen en gemeenschappen (Murphey 1985: 3-16).

Dit geldt ook voor een volk dat leeft in de Noordelijke Andes van Ecuador. De Otavalos staan van oudsher bekend om hun weefkunsten, handwerkspullen en inheemse cultuur. De

⁴ Vertaling: *We willen vertellen over onze inheemse cultuur, die leeft, verandert en realistisch is. We zijn niet enkel deel van de geschiedenis, geen onderdeel van een museum, we zijn geen kunstvoorwerp, we zijn echt, we zijn hier!*

⁵ Vertaling: de pure cultuur

⁶ Veldwerknooties 20 maart 2009, Otavalo

zaterdagse markt in San Luis de Otavalo, het grootste stadje van de regio, is in de laatste decennia uitgegroeid tot een bezienswaardigheid die hoog op het lijstje van vele toeristen staat en de economische drijfveer van de regio vormt (Meisch 2002). Naast de massa's die elke zaterdag na het marktbezoek weer vertrekken, zijn er ook toeristen die wat meer van de cultuur willen weten en een paar dagen blijven hangen. Deze 'etnotoeristen' zijn vaak op zoek naar pittoreske beschavingen en hun authentieke cultuur; exotische uitingen zoals rituelen, klederdracht en andere tradities (Windmeijer 2001: 113-114).

Een bepaalde plaats kan authentiek overkomen voor bezoekers, maar er zijn bijna altijd zaken veranderd aan een gemeenschap voordat toeristen ontvangen kunnen worden. Zo veranderen bijvoorbeeld de inkomstenbronnen - en daarmee de dagelijkse bezigheden - van de mensen die voorzieningen voor de bezoekers opzetten. Ook moet de gemeenschap zich bezig houden met welke aspecten van hun cultuur ze aan de toeristen willen 'verkopen'. Daardoor worden ze met hun eigen cultuur en identiteit geconfronteerd (Windmeijer 2001: 113-118). Daarnaast kan het invloed hebben op de manier waarop ze zelf met deze aspecten van hun cultuur omgaan en de betekenis die het voor hen heeft (Mac Cannell, 1984: 385). Het doel van deze thesis is te beschrijven hoe in Otavalo verschillende aspecten van de cultuur gecommmercialiseerd zijn, om ze te kunnen verkopen aan (en delen met) bezoekers. De overwegingen die hierbij gemaakt worden, zijn een indicatie voor de manier waarop deze mensen proberen hun etniciteit te handhaven, terwijl ze hun plekje zoeken in een mondialiserende wereld. De vraag die hierbij centraal staat is:

Hoe worden inheemse tradities in Otavalo 'gecommoditiseerd' om ze voor consumptie door toeristen geschikt te maken en verandert hierdoor de betekenis van deze culturele aspecten?

Om deze vraag verder uit te werken, zal in hoofdstuk één de theorie uiteengezet worden die nodig is om de problematiek te begrijpen. Deze gaat in op mondialiseringprocessen die ten grondslag liggen aan het toerisme en de verschillende soorten toeristen die hieruit ontstaan zijn. Daarna wordt gekeken naar de discussie rond de veranderingen die (etno)toerisme teweeg kan brengen in de bezochte samenleving en welke hiervan relevant zijn voor een onderzoek in Otavalo. Het blijkt dat afhankelijk van het soort interactie tussen toeristen, reisbureaus en de inheemse bevolking, verschillende processen kunnen optreden als delen van een cultuur gecommmercialiseerd worden.

Om een antwoord te krijgen op de centrale vraag moet onderzocht worden welke van deze processen in Otavalo plaatsvinden en waarom. Maar om deze processen te begrijpen is het belangrijk eerst wat meer te weten over de regio en haar ontwikkeling, want de geschiedenis van de Otavalos is een vrij unieke. Daarom wordt in hoofdstuk twee de geografische en historische context van de regio geschetst.

De verschillende soorten interactie die tussen de toeristen en de bevolking plaatsvinden, worden gestuurd door wederzijdse verwachtingen, die gebaseerd zijn op allerlei denkbeelden die de toeristen en de bevolking van elkaar hebben. Het derde hoofdstuk zal bespreken hoe deze beelden geproduceerd worden en wat de gevolgen hiervan zijn voor het toerisme in Otavalo. Hoofdstuk vier gaat verder met lokale processen – zoals de reislustigheid van het volk - die vorm hebben gegeven aan de manier waarop de toeristische sector is opgezet. De openheid en mate van aanpassing in verschillende situaties laat zien dat de Otavalos een overweging maken tussen de waarde van geld en de waarde van gemeenschap. Deze overweging komt ook terug, als het gaat om manifestaties van cultuur die niet in eerste instantie voor toeristen bedoeld zijn. Hoofdstuk vijf bespreekt hiervan een aantal voorbeelden en laat zien dat processen die vaak worden toegeschreven aan toerisme, ook vanuit de bevolking zelf kunnen plaatsvinden. De bevindingen worden in de conclusie nog een keer op een rijtje gezet.

Theoretische onderbouwing

Toerisme & Mondialisering

Binnen het vakgebied van de antropologie is het fenomeen toerisme lang onderbelicht, zelfs taboe geweest. Eigenlijk komt dit misschien wel doordat *'tourists appear, in some respects to be our own relatives'* (Crick 1989: 311). Zowel toeristen als antropologen bezoeken als buitenstaander een onbekend gebied voor een bepaalde tijd, om daar te leren over de allerlei zaken die verschillen van wat ze in hun eigen wereld gewend zijn (Meisch 2002: 81). Maar antropologen worden liever niet geassocieerd met deze zonnebrillen, hoedjes, sandalen en fotocamera's dragende menigte. Vroeger werd het toerisme ook wel gezien als een tegenpool van antropologie; een vorm van neokolonialisme die een bedreiging vormde voor inheemse gemeenschappen. (Stronza 2001: 261).

Echter dit blijkt wel erg kort door de bocht, in Otavalo is het toerisme zeker niet alleen gebaseerd op de voorwaarden van rijke toeristen en daarnaast wordt duidelijk onderscheid gemaakt tussen verschillende bezoekers. Vanaf halverwege de jaren '70 begon men in te zien dat toerisme - als één van de stromen die mensen en culturen over de wereld verspreid en met elkaar in contact brengt – wel degelijk een plaats binnen de antropologie verdient. In de komende alinea's zal besproken worden in welke context het toerisme ontstaan is, waarom het relevant is om er onderzoek naar te doen en wat toeristen in verre landen zoeken.

De context van het toerisme

De afgelopen eeuw werd gekenmerkt door een explosie van nieuwe technologische ontwikkelingen zoals auto's en vliegtuigen waardoor mensen razendsnel naar alle uithoeken van de planeet bewegen, (mobiele) telefoons en internet waardoor mensen van verschillende delen van de wereld altijd met elkaar kunnen communiceren, video, film en televisie waardoor beelden en ideologieën van over de hele wereld zich verspreiden en vele producten afkomstig uit verschillende landen die over de hele wereld te verkrijgen zijn. Volgens Appadurai (2002: 47-49) zijn hierdoor stromen van mensen, producten, beelden, ideologieën en kapitaal intenser geworden, waardoor verschillende delen van de wereld steeds meer met elkaar vervlochten raken in complexe *'webs of interconnection'*. Hierdoor is volgens hem het verband tussen identiteit en locatie verdwenen omdat mensen zichzelf zien als lid van allerlei

imaginaire werelden of groepen die geen wortels op een bepaalde plaats hebben maar zich juist over de hele wereld uitstrekken.

Een effect hiervan is dat het verlangen naar (nieuwe) producten en beelden overal ter wereld steeds groter is geworden waardoor er een globale consumptiemaatschappij is ontstaan waaraan bijna iedereen tegenwoordig meedoet. Hierdoor hebben mensen meer contact met andere culturen en weten ze meer over elkaar, waardoor veel oude nationale en etnische grenzen zijn overschreden en verdwenen terwijl er ook een aantal juist versterkt of veranderd zijn (Kottak 2004: 472-476, Sanabria 2007: 281-283). Deze ontwikkelingen zijn niet voorbij gegaan aan de reizende Otavalos die vanaf de jaren zeventig op vele straathoeken over de hele wereld te vinden waren om hun muziek en handwerk te verkopen. Dergelijke processen vormen daarom een belangrijk vocabulaire om de hedendaagse cultuur en plek die ze innemen in de wereld te kunnen begrijpen.

Binnen het fenomeen van mondialisering houden antropologen zich vooral bezig met de interactie tussen het globale en het lokale. Maar sommige culturen hebben een groter aandeel in verschillende stromen dan andere, zo zijn veel van de producten en toeristen die zich over de wereld verspreiden afkomstig uit het 'westen'. Hierdoor kan gesproken worden over ongelijke machtsrelaties tussen verschillende culturen. Bij de bestudering van de interactie tussen het globale en het lokale houden antropologen zich daarom bezig met de manier waarop mondialiseringprocessen zich uiten in lokale gemeenschappen, hoe deze gemeenschappen hiermee omgaan en hoe het hun cultuur en manier van leven beïnvloed (Inda&Rosaldo 2002: 4-5). Eén van de vragen die hierbij gesteld wordt, is: welk proces de meeste verandering in de cultuur van lokale gemeenschappen teweeg brengt. Cultureel imperialisme/ amerikanisering is de snelle verspreiding of oplegging van één cultuur op de andere. Een andere mogelijkheid is acculturatie, de uitwisseling van culturele kenmerken tussen verschillende groepen die in langdurig contact staan met elkaar. Of ligt het dichter bij creolisering, het veranderen van een cultuur van binnenuit, doordat leden van de cultuur netwerken vormen buiten de cultuur en daarom hun gebruiken veranderen (Kottak 2004).

Toerisme omvat alle reizen die vrijwillig gemaakt worden met het doel een tijdje weg te zijn van huis om te ontspannen, nieuwe indrukken op te doen of verandering in het leven te brengen (Smith 1989: 1). De enorme hoeveelheden toeristen maken het *'the largest scale movement of goods, services and people that humanity has perhaps ever seen'* (Smith 1989: 171), waardoor het voor steeds meer mensen van groot belang is in hun leven. Dit onderzoek

heeft het toerisme gebruikt als context om de interactie tussen globaal en lokaal te bestuderen onder de bevolking van Otavalo.

Op zoek naar iets wat ontbreekt

Toerisme is een van de moderne verschijnselen die zijn huidige vorm heeft kunnen aannemen door de enorme explosie van technologische ontwikkeling. Dit verklaart echter niet de huidige vorm en grootte van de toeristische sector. Zoals hierboven ook reeds genoemd is, zijn mensen in hun hoofd allerlei groepen of '*imaginary worlds*' (Appadurai 2002: 47-49) gaan vormen waartoe ze zichzelf rekenen. Waar mensen zich lang geleden in eerste instantie identificeerden met de groep die in het zelfde territorium leefde, de zelfde krant las, de zelfde taal sprak en onder het zelfde bestuur viel (Anderson 1991: 22-26), hebben veel mensen in de moderne en postmoderne tijd geen speciale binding meer met een bepaalde plaats of sociale instelling waardoor deze *weightless* en onrealistisch lijken. Volgens Cohen (1988: 373-376) kunnen mensen daardoor gevoelens van vervreemding krijgen tegenover de maatschappij waarin ze leven en de sociale instellingen die hierbij horen omdat deze zaken geen invulling meer geven aan het idee dat de individu heeft bij realiteit. MacCannell (1976: 155-163) ziet dit als een belangrijke reden voor mensen om te gaan zoeken naar plaatsen waar deze harmonie tussen personen, natuur en sociale instellingen nog bestaat en als dé realiteit wordt ervaren; ze zoeken authenticiteit, het pittoreske, primitieve, natuurlijke. Deze vorm van toerisme kan beschreven worden als etnotoerisme waarbij het culturele exotisme van de inheemse bevolking de belangrijkste toeristische attractie vormt (Windmeijer 2001: 113). Hierbij gaan mensen er vaak vanuit dat sommige regio's bevroren zijn in de tijd, maar niemand leeft nog zoals 300 jaar geleden, culturen veranderen immers constant. Toch hebben mensen het gevoel deze binding tussen volk, plaats en organisaties te vinden in Otavalo, ondanks de vele reizen die de Otavalos zelf gemaakt hebben.

Verschillende toeristen, verschillende reisdoelen

De reden (of in Mac Cannells ogen de mate van vervreemding van de samenleving) die mensen er toe drijft om een tijdje op vakantie te gaan heeft veel invloed op het doel dat mensen in deze vakantie hebben. Een aantal auteurs waaronder Smith (1989: 8-13) en Cohen (1979: 18-35) hebben daarom verschillende soorten toeristen gedefinieerd. De verschillende doelen en verwachtingen hebben weer veel invloed op de interactie tussen de bezoekers en de lokale bevolking. De onderstaande categorieën vormen in Otavalo verschillende niveaus van interactie tussen globaal en lokaal.

De eerste verdeling die Cohen maakt, is tussen massatoeristen die enkel op zoek zijn naar plezier en ontspanning en toeristen die op zoek zijn naar een bepaalde ervaring of betekenis, hij noemt dit ‘*modern pilgrimage*’. Op basis hiervan verdeelt hij de toeristen onder in vijf ‘*modes of touristic experience*’. De eerste ‘mode’ is de ‘*recreational tourist*’. Deze groep wordt omschreven als mensen die voornamelijk op zoek zijn naar vermaak en ontspanning, ze zullen vooral reizen naar bekende oorden waarvan ze weten dat de voorzieningen het niveau van de westerse wereld hebben. Cohens’ tweede ‘mode’ is de ‘*diversionary tourist*’. Deze groep gaat reizen uit verveling en om de routine van het dagelijkse leven te doorbreken (Cohen 1979: 18-35). Deze twee groepen zouden samen ook met massatoerisme aangeduid kunnen worden.

De derde *mode of touristic experience* is de ‘*experiential tourist*’. Deze toeristen zoeken naar betekenis en authenticiteit in andere culturen, maar ze willen niet te veel moeite doen of zekerheden (zoals een goede nachtrust) opgeven om iets te ervaren. Daarna komt de ‘*experimental tourist*’. Deze mensen zijn op zoek naar het ervaren van een andere manier van leven. Ze willen deelnemen in het authentieke leven van anderen maar zijn nog aan het experimenteren met verschillende culturen. Door hun kleine aantallen en bereidheid tot aanpassen hebben deze toeristen nauwelijks invloed op de mensen die ze bezoeken. Ten slotte wordt de ‘*existential tourist*’ beschreven. Deze mensen willen hun moderne leven (tijdelijk) opgeven om bij een authentieke samenleving te gaan leven ook wel ‘*going native*’ genoemd. Etnografen vallen ook onder deze laatste groep met als enige verschil dat ze proberen de situatie als wetenschapper te analyseren en zich dus nooit helemaal zullen aanpassen (Cohen 1988: 374-377).

Contradicties van etnotoerisme

Uit de vorige paragraaf blijkt dat etnotoeristen op zoek zijn naar zo authentiek en exotisch mogelijke gemeenschappen, maar dit idee is een contradictie op zich. Zelfs een *existential tourist* of een etnograaf, die niet van zijn gasten vraagt om iets voor hem aan te passen, zorgt al voor verandering in de gemeenschap. Enkel door zijn aanwezigheid, doordat de gemeenschap zijn manier van doen, zijn spullen en tot op zekere hoogte zijn manier van denken en beeld op de wereld ervaart, zullen ze net een beetje anders gaan denken. De invloed die toeristen op een gemeenschap hebben, neemt natuurlijk toe naarmate de

hoeveelheid toeristen en de eisen die deze toeristen stellen aan bijvoorbeeld voedsel en onderdak groter worden. In deze paragraaf zal besproken worden wat er zoal kan veranderen in een gemeenschap door toedoen van etnotoeristen, hierover bestaan nogal uiteenlopende denkwijzen. Deze zijn niet allemaal even relevant voor de situatie in Otavalo omdat de bevolking hier ook vanuit zichzelf aan het ontwikkelen is. Sommige processen zijn een gevolg van het toerisme, maar andere komen vanuit de bevolking zelf.

Toerisme als een 'agent of change'

Lang voordat het eerste onderzoek naar toerisme werd gedaan, hielden antropologen zich al bezig met de gevolgen van het in contact komen van verschillende culturen. Daaruit zijn verschillende modellen voortgekomen, waarvan *acculturation* voor het toerisme het meest relevant is. Dit model gaat er van uit dat als twee culturen voor langere tijd met elkaar in contact komen ze langzaam steeds meer op elkaar gaan lijken omdat er elementen uit elkaars cultuur overgenomen worden (Nunes 1989: 207) Dit proces is echter meestal niet gelijkwaardig, bij etnotoerisme in armere landen zal de 'sterke' cultuur – in dit geval de toeristen - minder snel aspecten van de zwakkere cultuur overnemen dan andersom. Daardoor zal volgens het *acculturation model* de cultuur van het gebied dat de toeristen ontvangt steeds meer op de cultuur van de toeristen gaan lijken (Murphy 1985: 131).

In de vorige paragraaf hebben we gezien dat veel etnotoeristen op zoek zijn naar authenticiteit en harmonie. De reisorganisaties in Otavalo creëren daarom vaak een beeld van traditionele volkeren en plaatsen die al eeuwen op de zelfde manier leven, alsof men terug kan gaan in de tijd door ze te bezoeken. Dit vormt de verwachtingen die de toeristen hebben als ze ergens naartoe komen. Vaak worden activiteiten en goederen in de loop der tijd op dit verwachtingspatroon afgestemd (Hiwasaki 1991; Meisch 2001; Windmeijer 2001).

Door hun verwachtingen promoten toeristen volgens MacCannell (1984: 377-389) de restauratie en fictieve recreatie van bepaalde culturele kenmerken. Precies de aspecten van een cultuur die door reisgidsen naar voren worden gebracht als kenmerken die bij een exotische cultuur horen, worden door de toeristen gezien als unieke kenmerken die bekeken moeten worden. Hierdoor wordt de ontvangende etnische groep bijna gedwongen deze (vaak al bijna verdwenen) tradities te benadrukken. MacCannell noemt dit '*reconstructed ethnicity*' (1984: 385-389) en ziet het als een probleem omdat het de inheemse groep vastzet in aspecten van de cultuur die door buitenstaanders gekozen zijn waardoor ze zich niet meer natuurlijk kunnen ontwikkelen; '*Westeners continue to write the 'true' story of the existence of*

other people' (MacCannell 1984: 377). De Otavalos – die immers leven van de markt en het toerisme – zijn ook aan deze processen onderhevig, maar laten zien dat het begrip *reconstructed ethnicity* veel meer dimensies kan hebben dan in eerste instantie door MacCannell beschreven is. Het verschil zit in de manier waarop de tradities gebruikt worden en wie dit bepaald. Een concept dat hierbij beter van pas komt is *'the invention of tradition'*, het met een specifiek doel (her)uitvinden van een traditie die banden heeft met het verleden (Hobsbawm 1983: 1). In Otavalo gebeurt dit op uiteenlopende manieren, met verschillende doelen.

Meestal zullen vooral opvallende aspecten van een cultuur zoals rituelen, feesten, klederdracht, muziek en kunst voor toeristen gepresenteerd worden. Juist deze zaken hebben echter vaak een religieuze, sociale of culturele betekenis voor de bevolking. Door ze te produceren of uit te voeren voor toeristen worden deze aspecten van een cultuur ineens gecommmercialiseerd omdat het producten met een marktwaarde worden. Dit proces wordt *'commodification of culture'* genoemd. (Cohen 1988: 380-381). Hierbij kunnen betekenisvolle aspecten van een cultuur tot goederen – of dingen - gemaakt worden en is dus sprake van *'reification'* (MacCannell 1984: 387; Ina & Rosaldo 2002: 9-25). Maar wie stelt eigenlijk de eisen? Het probleem met de theorieën die in de voorgaande alinea's aangehaald worden, is dat ze er allemaal vanuit gaan dat inheemse gemeenschappen geen stem hebben (wat voor de trotse Otavalos zeker niet op gaat) en dat reisorganisaties en 'rijke toeristen' bepalen welke aspecten van de cultuur voor hen gecommunitiseerd worden en hoe dit gebeurt.

Als een bepaalde traditie aangepast wordt om het voor toeristen uit te voeren en interessant te maken spreekt MacCannell (1973: 590) over *'staged authenticity'*. Daarmee bedoelt hij dat iets gepresenteerd wordt als authentiek terwijl het aangepast is om op spectaculaire wijze als show voor toeristen te kunnen dienen. De Otavalos snappen dat dit problematisch kan zijn voor bepaalde categorieën bezoekers omdat etnotoeristen op zoek zijn naar authenticiteit en een traditie die aangepast is voor toeristen voldoet niet altijd aan de eisen die ze stellen. De kennis die ze hebben opgedaan tijdens hun reizen door de landen van de toeristen stelt ze in staat hierop te anticiperen.

Ideeën over authenticiteit verschillen echter per persoon aangezien het een subjectief concept is, toeristen gaan bijvoorbeeld vaak uit van stereotyperingen in plaats van historische of etnografische gegevens (Stronza 2001: 271). Zo zullen volgens Cohen (1988: 373-377) veel etnografen authenticiteit definiëren als premoderne aspecten van culturen voordat ze in

aanraking kwamen met ‘het westen’, de activiteiten en producten mogen niet gemaakt zijn voor de markt. De meeste toeristen zullen echter niet zulke strikte criteria hanteren al zullen ze ook niet tevreden zijn met puur entertainment. Er bestaat een wisselwerking tussen de lokale bevolking, het soort toerist en de manier waarop de activiteit aangepast wordt en van betekenis veranderd. Daarmee komen we terug bij de verschillende categorieën toeristen die in de vorige paragraaf beschreven zijn. De *existential tourist* zal meer moeite doen, dieper graven en hogere eisen stellen aan een authentieke ervaring dan de *recreational tourist* die snel zal aannemen dat iets authentiek is om er van te kunnen genieten, maar daarbij wel eisen stelt aan de toegankelijkheid van de activiteit. Otavalos maken hier handig gebruik van in de manier waarop ze met verschillende categorieën toeristen omgaan.

Toerisme als een ‘agent of continuity’

Er is echter ook een andere kant van het verhaal. Misschien is het toerisme niet de reden dat gemeenschappen veranderen, maar eerder een indicator van veranderingen – bijvoorbeeld mondialiseringprocessen - die in ieder geval plaatsvinden. Creolisering is een alternatief op het eerder besproken acculturatie model. Het gaat er vanuit dat culturen ook van binnenuit kunnen veranderen. De Otavalos zijn in eerste instantie bekend doordat ze over de hele wereld hun textiel verkopen op straat muziek spelen (Meisch 2002: 1-19). Daardoor hebben ze veel banden met de buitenwereld waardoor ze zich soms buiten hun etnische groep bewegen. Hier ervaren ze andere manieren van doen en denken die ze mee naar huis nemen. Als er dan een situatie ontstaat waarin een van deze ervaringen een oplossing of een beter alternatief op de normale manier van doen biedt wordt het toegepast. Zoals we in de inleiding hebben gezien hebben is één van de effecten van mondialisering dat mensen steeds vaker in contact komen met andere culturen, dan is het logisch dat ze ook steeds meer ervaringen mee naar huis nemen. Een ander effect hiervan is dat mensen leren om verschillende identiteiten aan te nemen in verschillende situaties (Mc Kean 1989: 98-100). Dit betekent dat mensen voor een deel zelf kunnen kiezen hoe ze hun rol als toeristenattractie invullen en wat het voor hen betekent.

De punten die in het stuk over toerisme als een *agent of change* gemaakt worden, gaan er grotendeels vanuit dat inheemse gemeenschappen weerloos zijn en alle veranderingen maar stilzwijgend over zich heen laten komen. Echter Barth (1969: 1-20) erkende als een van de eersten dat etnische identiteit niet gedefinieerd wordt door de verschillende aspecten van groepen, maar door het onderhouden van etnische grenzen tussen groepen. Gemeenschappen

die door etnotoeristen bezocht worden hebben vaak een verleden van kolonisme of andere overheersende culturen en toch hebben ze al die tijd een eigen stem gehad en hun eigen cultuur behouden omdat ze niet wilden opgaan in de dominante cultuur (Stronza 2001: 272-274, Meisch 2002: 1-19). Dit zien we ook bij de Otavalos; ondanks dat ze eeuwen onderdrukt zijn door de Spanjaarden en bekend staan om hun vermogen zich aan te passen, hebben ze al die tijd ook veel van hun geloof en cultuur behouden en zijn ze constant bezig om hun identiteit en cultuur te vernieuwen (Wibblesman 2005: 164-168).

Gemeenschappen hebben zelf ook invloed op wat ze van hun cultuur laten zien aan toeristen, ze kunnen actief bepalen wat ze voor zichzelf willen houden en welke (*invented*) tradities ze aan toeristen laten zien. Dit geeft ze volgens Stronza (2001: 273) de mogelijkheid om hun identiteit te herdefiniëren. Bij de Otavalos blijkt dit heel actief te gebeuren echter niet in eerste plaats voor het toerisme, al is het wel een reactie op interactie tussen globaal en lokaal. Aan de groeiende openheid van de cultuur is te zien dat de aanwezigheid van toeristen niet perse iets hoeft te veranderen aan de betekenis die een bepaald product of ritueel heeft voor de lokale bevolking (Cohen 1988: 382). Het tonen van bepaalde aspecten van een cultuur biedt zelfs mogelijkheden aan de lokale bevolking om meer van hun standpunten en cultuur naar buiten te brengen. (Stronza 2001: 272-274, Cohen 1988: 382).

Uit het voorgaande blijkt dat de invloed van etnotoerisme op de cultuur en het welzijn van inheemse bevolking sterk afhankelijk is van de machtsverhoudingen tussen de bevolking, de reisorganisaties en de toeristen. Daarbij komen de uiteenlopende belangen van verschillende groepen toeristen; Aan de ene kant staan de massa's *recreational* toeristen die via reisbureaus op georganiseerde reizen komen. Daarbij worden er veel eisen gesteld aan de manier waarop deze toeristen verzorgd en vermaakt worden. Aan de andere kant staat het handje vol *existential* toeristen die weinig eisen stellen aan verzorging en vermaak, maar wel authentieke aspecten van de cultuur willen ervaren. De regio Otavalo laat zien dat de manier waarop de lokale bevolking zelf met de vraag van toeristen en reisbureaus omgaat veel invloed heeft op de mate van aanpassing van de activiteiten en wat dit verandert voor de bevolking.

Methodologie

Het onderzoek is uitgevoerd tijdens een veldwerk van ongeveer 3 maanden. Hierin heb ik gepraat met veel verschillende organisaties, bezoekers en mensen die met toeristen werkzaam

waren. De meeste van deze gesprekken vonden spontaan plaats omdat ik het gevoel had mensen op die manier een minder formeel gevoel te geven en daardoor makkelijker met ze te kunnen praten. Met een aantal informanten ontstond een vriendschap waardoor ik met steeds meer vragen bij ze terecht kon. Al vrij snel bleek dat het lastig zou worden om te werken met mijn originele vraag die vooral betrekking had op de aspecten van de cultuur die met sjamanisme te maken hebben. Dergelijke activiteiten werden in deze regio nauwelijks voor toeristen georganiseerd omdat de meeste sjamanen weigeren een bezienswaardigheid te zijn. De interacties op dit gebied betroffen over het algemeen van tevoren, via bekenden georganiseerde bezigheden, met groepen die een speciaal doel voor ogen hadden. Daarom heb ik toen besloten me op wat algemenere aspecten van de cultuur te richten. Ik was natuurlijk zelf een bezoeker aan de regio en heb dan ook veel deelgenomen aan de meest uiteenlopende activiteiten. De gesprekken die ik met mensen voerde tijdens het participeren observeren bij deze activiteiten en in het alledaagse leven hebben veel richting gegeven aan het onderzoek, juist deze belevenissen brachten me vaak op nieuwe ideeën die ik vervolgens weer met informanten kon bespreken.

De context; Coördinaten van de Otavalos in ruimte en tijd

‘Als ik naar huis loop is het voor de derde keer deze week heftig aan het onweren. Ik moet glimlachen over een herinnering die omhoog komt; mijn broertje was vroeger bang voor onweer en mijn moeder zat dan (nadat ze als een gek alle stekkers uit de stopcontacten had getrokken) met hem op schoot en probeerde hem uit te leggen waardoor de wolken elektriciteit maakten, maar eigenlijk was ze zelf ook een beetje bang dus bleef mijn broertje huilen. Hier in Otavalo krijgen de kinderen een heel ander verhaal te horen. De regio ligt op zo’n 2.300-3.000 meter hoogte in een vallei omgeven door vulkanen. De grootste hiervan zijn taita - Quichua voor oom of papa - Imbabura (4.557 meter) en mama Cotacachi (4.936 meter). Deze twee bergen zijn getrouwd en de indianen geloven dat ze de liefde bedrijven als het onweert.’⁷

Het kanton Otavalo is naast haar natuurlijke rijkdom bekend geworden om de markt waar – vooral op zaterdag – allerlei handwerkspulletjes, kunst en weefproducten verkocht worden door de lokale inheemse bevolking. Het ligt aan de Pan American Highway, zo’n 110 kilometer noordelijk van de hoofdstad Quito en ongeveer 150 kilometer ten zuiden van de grens met Colombia. Door de noord zuid verbinding en de verbinding met de Amazone en de kust is het al eeuwen een belangrijk commercieel knooppunt en wordt het tegenwoordig wekelijks door duizenden toeristen bezocht. (Chavéz 1982: 27-28, Windmeijer 2001: 21)

In het stadje San Luis de Otavalo wonen ongeveer 26.000 mensen (Meisch 2002: 10), voornamelijk mestiezen – mensen van gemixte Spaanse en inheemse afkomst –, rijkere indianen en buitenlandse immigranten. Zij zorgen voor verkoop op de markt, export van producten naar het buitenland en het runnen van de hotels, restaurants, kroegen, winkels en reisbureaus voor toeristen. De spullen die verkocht worden op de markt zijn over het algemeen geproduceerd door de inheemse bevolking uit de dorpen die om het stadje heen liggen. Eén daarvan is Peguche waar mijn verblijfplaats was gedurende het veldwerk. Hier voorzien de meeste families in hun levensonderhoud door een combinatie van landbouw en het produceren van weef,- en handwerkproducten. Daarnaast kent het gebied ook nog een aantal afgelegen gemeenschappen waar mensen nog voornamelijk van de landbouw leven. In totaal heeft het kanton ongeveer 90.000 inwoners (Wibbelsman 2005: 157). Daarnaast wonen vele Otavalos in andere gebieden; Ibarra, Quito, Colombia, Barcelona, Amsterdam en vele andere plaatsen wereldwijd. Daar verdienen ze geld met de verkoop van hun producten en het

⁷ Dagboeknotitie 15 april 2009, Peguche

spelen van muziek. Om het ontstaan van deze situatie te kunnen begrijpen moeten we een heel stuk terug in de tijd.

De tegenstrijdigheid van de overheersing; ‘the best of a bad lot.’

De inheemse bevolking van de regio van Otavalo was al voor de komst van de Inca's bekend om hun weefproducten en *Mindalá*; reizende handelaren die zich aanpasten aan de markt en ook niet-traditionele producten verkochten (Windmeijer 2001: 22, Chavéz 1982: 28-30). De Inca's erkenden de waarde hiervan en lieten Otavaleense wevers en handelaren werken voor de keizer (Wibbelsman 2005: 157). Ondanks hun korte machtsperiode –na een halve eeuw kwamen de Spanjaarden al – zijn veel kenmerken van de Inca cultuur nog terug te vinden onder de inheemse bevolking in de regio; de vrouwen dragen nog steeds ongeveer dezelfde kleding en men spreekt het *Quichua* de taal van de Inca's (Meisch 2002: 20-21, Windmeijer 2001: 22). Daarnaast zijn veel spirituele tradities zoals feesten en rituelen van de Inca's door de indianen in stand gehouden.⁸

De Spaanse kolonisten brachten een aantal brute veranderingen met zich mee. Ze hadden *encomienda's* die de eigenaar het recht gaven enorm hoge *mita* (belasting) en arbeid van de indianen te eisen. Ze voerden schapen, weefmachines, spinnewielen en ook *obrajes* (weeffabrieken) in waar de mensen als slaven moesten werken voor commerciële doeleinden. Twee van deze *obrajes* waren eigendom van de Spaanse kroon die (net als de Inca's) het vakmanschap van de Otavalos erkende (Windmeijer 2001: 23-24). Naast de *obrajes* werkten veel mensen op *hacienda's* waar ze hun eigen stukje land mochten bewerken, maar daarvoor wel het grootste gedeelte van hun opbrengst af moesten staan aan de landeigenaar. Om te kunnen leven moesten ze zich in de schulden steken waardoor ze de rest van hun leven vastzaten aan de hacienda. Dit systeem – *huasipungu* - waarbij de inheemse bevolking gebruikt werd als minderwaardige werklieden bleef bestaan tot ver in de twintigste eeuw (Meisch 2002: 21-25).

De manier waarop de Spanjaarden de inheemse bevolking onderwierpen en hun werkkraft gebruikten is overeenkomstig voor alle inheemse volkeren in Ecuador en Latijns Amerika. Ze legden een soort klassenstructuur op die ook in de ruimtelijke ordening naar voren kwam; in

⁸ Huaco, 26 maart 2009, Peguche. Huaco is de man van Mieke en eigenaar van Aya Huma, het Hostel waar ik woonde. Hij is indigena en leidde soms Pacha Manka ceremonies (voor een beschrijving zie hoofdstuk 5).

het centrum van de steden en dorpen woonden de rijke Spanjaarden en mestiezen en de inheemse bevolking woonde meer buitenaf en op het platteland. (Wibbelsman 2005: 157) Hoewel ze niet meer van bovenaf opgelegd wordt, bestaat deze verdeling nog steeds met de rijkere in het centrum van de stad en de armste bevolking in de boeren gemeenschappen. De onderdrukking en uitbuiting van de inheemse volken ging gepaard met onderwerping aan de katholieke kerk. Vele rituelen, feesten en heilige planten werden als heidens of hekserij bestempeld en verboden of veranderd in katholieke feestdagen. Hierdoor verdwenen veel tradities en werden vele anderen alleen nog in het geheim uitgevoerd waardoor ze het occulte imago kregen dat ze tegenwoordig vaak nog steeds hebben.⁹

Toch zijn er een aantal verschillen tussen de Otavalos en andere volken. Relatief velen kregen het voor elkaar om voor hun eigen belasting te zorgen waardoor in vergelijking met andere gebieden er veel ‘vrije Otavalos’ waren die niet voor een hacienda of *obraje* hoefden te werken (Windmeijer 2001: 27). Daarnaast werden ze vanaf het einde van de 19^e eeuw door binnenlandse elite en buitenlandse bezoekers neergezet als voorbeeldige indianen. Op wereldtentoonstellingen in Madrid, Parijs en Chicago werden ze – in tegenstelling tot de indianen uit de Amazone - beschreven als puur, intelligent, hard werkend, sober, schoon en goed gemanierd. Eigenschappen die de andere inheemse volken dus niet zouden bezitten (Meisch 2002: 29, Windmeijer 2001: 28-29, 72-74).

Tijdens de eerste wereld oorlog lag het vervoer van het hoogwaardige *Englisch tweed* stil en werden de Otavalos ingezet om dit te vervangen voor de urbane markt in Latijns Amerika waardoor ze nieuwe technieken leerden en de kwaliteit van hun weefproducten wereldwijde bekendheid verwierf (Wibbelsman 2005: 158). Rond dezelfde tijd begonnen ook steeds meer Otavalos weer handelsreizen te maken. Ze kochten hun spullen op de zaterdagse markt en verkochten ze elders in Ecuador. Al snel bleek dat hiermee meer geld te verdienen was dan met de landbouw en in de jaren veertig reisden de vele handelaren al naar Colombia en Venezuela om hun producten te verkopen (Collier & Buitron 1949: 20-25, 164, Windmeijer 2001: 33-34).

Van 1948 tot 1952 was Galo Plaza de president van Ecuador. Hij zag mogelijkheden in de verkoop van inheemse kunst en weefproducten en promoveerde nieuwe technieken voor de productie hiervan. Ook begon hij als eerste het toerisme te promoten waarbij Otavalo met haar markt en etnische producten één van de belangrijkste attracties was. Onderdeel van de

⁹ Geovanny, 26 maart 2009, Peguche. Geovanny was één van de sjamanen (zelf noemt hij het spiritueel leider) waarmee ik veel contact heb gehad. Hij komt niet uit de regio, maar woont er al wel een tijd. Het is een vriend van Mieke en Huaco en hij leidt veel ceremonies in Aya Huma.

campagne om meer toeristen naar Ecuador te krijgen was een diplomatieke reis naar de VS van Rosa Lema die vele weefdemonstraties gaf, haar neefje die muziek maakte op zijn panfluit en enkele anderen. Ook hierbij werd weer een heel positief stereotype van de Otavalos neergezet (Windmeijer 2001: 74-76, Wibbelsman 2005: 157).

Take off

Ondanks het positieve imago van de Otavalos waren ze nog steeds indianen, *'the best of a bad lot'* (Meisch 2002: 30). Dat betekende dat velen altijd nog onder slechte omstandigheden werkten zonder uitzicht op verbetering en dat er een duidelijke scheiding was tussen indianen en mestiezen.

In 1964 kwam daarin verandering. Er werd een landhervormingswet doorgevoerd waarbij het afschaffen van *huasipungu* één van de belangrijkste punten was. Grootgrondbezitters werden gedwongen hun land onder de werknemers te verdelen. Daardoor kwamen vele hectares grond in het bezit van de inheemse bevolking. In de meeste gevallen was het te weinig om rijk van te worden, maar in ieder geval zaten ze niet meer vast aan de schuld aan de landeigenaar en konden ze voor zichzelf en hun kinderen gaan werken in de sector van hun keuze. Hierdoor kwam een enorme hoeveelheid energie en ontwikkelingsdrang vrij want de toekomst had ineens vele mogelijkheden (Meisch 2002: 34-37, Wibbelsman 2005: 161).

Dit moment wordt lokaal gezien als het begin van de economische, sociale en culturele ontwikkelingen die tot de huidige situatie hebben geleid. De indianen kregen de mogelijkheid om hun eigen economische plan te trekken waardoor de belangrijkste inkomstenbron van de regio verschoof van landbouw naar productie en verkoop van spullen op de markt in Otavalo en andere plaatsen (Naranjo 1989: 41-43, Meisch 2002: 38). Steeds meer handelaren uit de regio waren te vinden op alle markten van het land, andere landen binnen Latijns Amerika en langzaam ook in de VS en Europa waardoor de eerste belangrijke connecties met het rijke westen werden gelegd (Meisch 2002: 36-37). Doordat veel land teruggekocht werd van de Spaanse en Mestizo bevolking begon de inheemse bevolking zich langzaam op de sociale ladder op te werken en binnen te dringen op plekken die eeuwenlang het toneel van de Spaanse bevolking was geweest. Daarnaast konden mestiezen die zich interesseerden voor hun inheemse afkomst zich nu gaan verdiepen in de gebruiken en tradities van hun

Ecuadoriaanse voorouders wat een brug sloeg tussen de twee groepen.¹⁰ De strikte scheiding tussen de groepen werd zowel sociaal als ruimtelijk overwonnen.

In de jaren die hierop volgden, vertrokken meer en meer Otavalos naar gebieden ver buiten hun eigen regio om daar hun handelswaar te verkopen en muziek te maken op straat. Ze waren onder de eerste groepen die massaal gebruik maakten van technologische ontwikkelingen die aan de basis staan van vele mondialiseringprocessen. De indianen met hun kenmerkende panfluitmuziek, kleurige poncho's en gevlochten haar werden een bekend beeld in vele Westerse steden. Deze reizen confronteerden ze met de verschillen tussen hun eigen cultuur en die van de moderne westerse landen waar ze zich bevonden. Hierdoor kregen ze de kans te bepalen welke aspecten van hun cultuur ze wilden behouden. Ze vormden overal ter wereld hun eigen gemeenschappen waardoor ze ver van huis hun eigen tradities en cultuur konden blijven beoefenen (Wibbelsman 2005: 159; Windmeijer 2001: 70, 299). Zo kregen ze de kans te bepalen welke moderne ontwikkelingen goed van pas kwamen en welke niet. Bij terugkeer naar Otavalo namen ze dus naast het verdiende geld allerlei moderne technologieën, ideologieën en ideeën voor ontwikkeling van de markt en toeristenindustrie mee naar hun thuisland.

De vaardigheden van de Otavalos als handwerkers en entrepreneurs in combinatie met de speciale etnische verschijning trok de aandacht van verschillende overheersers die ze het imago en de daarmee samenhangende mogelijkheden gaven om zich later te ontwikkelen. Met de vrijheid die ze terugkregen in de tweede helft van de twintigste eeuw kwam ook de reisdrang van het volk weer volledig naar boven. Al snel bevonden ze zich in alle windrichtingen om hun spullen te verkopen en muziek te maken op straat. De *webs of interconnection* die ze hierdoor vormden zette de toon voor verdere ontwikkelingen van het gebied. In het volgende hoofdstuk wordt een beeld geschetst van het ontstaan van de toeristische sector en de interactie met bezoekers. Daarna zal uiteengezet worden hoe lokale processen, zoals de reizen van de Otavalos, richting hebben gegeven aan de ontwikkeling van het toerisme. Het laatste hoofdstuk bespreekt de manier waarop de cultuur verandert door al deze interactie met de mondialiserende wereld.

¹⁰ Bola, 12 maart 2009. Bola is een vriend van Geovanny en ook een shamaan waarmee ik veel contact heb gehad. Hij woont in Quito, maar heeft twee zoons in Duitsland en is daarom ook veel in Europa.

Het toerisme in Otavalo; zoveel wensen, zoveel mogelijkheden¹¹

Al in mijn eerste week in Otavalo was me één ding duidelijk; het doorgaans rustige stadje met vriendelijke ontspannen mensen verandert op zaterdag helemaal van karakter. Deze ene dag in de week verspreidt de dagelijkse markt zich over het hele stadje en is het ineens afgeladen met toeristen. Uiteenlopend van op hun dooie gemak rondsnuffelende, de sfeer opsnuivende backpackers – die doorgaans niet zo veel te besteden, noch plek in hun tas hebben - tot busladingen souvenirzoekers, die gewapend met royaal dagbudget, zonnebril en een fotocamera, vastbesloten zijn in een halve dag de mooiste, authentiekste en goedkoopste spullen van de markt te verzamelen. De verkopers zijn afhankelijk van de uitgaven van deze toeristen en stellen zich hierop in. Waar ze andere dagen (als ze niet rustig naast hun kraampje liggen te slapen) geïnteresseerde vragen stellen over je herkomst, reden van bezoek aan Otavalo, of je dreadlocks, hoef je op zaterdag maar vanuit je ooghoeken naar een product te kijken of het wordt al in je handen gedrukt. Daarbij vertellen ze over het product wat ze denken dat de mensen willen horen. Als een toerist geïnteresseerd is in een trui en vraagt waarvan deze gemaakt is, zullen de meeste verkopers antwoorden dat hij van wol –of zelfs van Alpaca – gemaakt is ook al is het eigenlijk kunstmatige wol. Als ze vragen hoe de trui gemaakt is, antwoorden ze dat ze hem zelf gemaakt hebben met de hand, terwijl aan de exacte kopieën van de trui bij 20 andere kraampjes een paar meter verderop te zien is dat ze machinaal geproduceerd zijn.

Wederzijdse stereotyperingen hebben veel invloed op de manier waarop de interactie tussen de toeristen en de verkopers verloopt. Verkopers liegen over hun producten omdat ze een bepaald beeld hebben van de interesses van de toeristen. Op hun beurt zijn de verwachtingen die deze toeristen hebben van de lokale bevolking, gevormd door het plaatje dat de reisorganisatie aan ze verkocht heeft. Dit hoofdstuk zal ingaan op de manier waarop het aanbod voor toeristen tot stand komt en met welke verwachtingen ze naar Otavalo komen.

¹¹ Sommige namen zijn veranderd in verband met privacy

Opkomst van het toerisme

Ondanks de inspanningen om het toerisme naar Ecuador – en Otavalo - te promoten bleef in de jaren vijftig en zestig het bezoekersaantal aan het stadje beperkt tot een enkele ‘verdwaalde’ westerling op de zaterdagse markt . De reis vanuit de hoofdstad Quito duurde minstens een uur of zes waardoor men niet in één dag heen en weer kon en verblijven in het stadje was ook geen optie omdat er nog geen voorzieningen voor toeristen bestonden. De meeste bezoekers waren mensen die langere tijd in het land waren voor zaken als ontwikkelingsprojecten, werk of studie. Ze verbleven dan in Ibarra – de enige grote stad in de regio – en maakten van daaruit de reis (van ongeveer een uur) naar Otavalo. (Meisch 2002, 106)

Hierin kwam verandering toen in 1972 de aanleg van de Pan American Highway voltooid werd. Daardoor werd de reis naar Quito teruggebracht naar twee uur, naar Ibarra naar een half uurtje en lag het stadje ineens aan de belangrijkste verbinding tussen de hoofdstad en Colombia. Een jaar later werd het Plaza de Ponchos - waar de wekelijkse markt werd gehouden - opgeknapt met ontwikkelingsgeld uit Nederland. Van de stoffige –of modderige – open plek die het eerst was, veranderde het nu in een georganiseerd marktplein met vaste betonnen kiosken voor de handelaren.

Deze twee ontwikkelingen zorgden ervoor dat het stadje ineens open lag voor toeristen en de bezoekersaantallen schoten dan ook omhoog in de jaren zeventig (Windmeijer 2001, 59-61). Sinds die tijd heeft het stadje zich in rap tempo ontwikkeld. Steeds meer mensen bleven naast een bezoek aan de markt een paar nachten in Otavalo om ook andere plekken in de omgeving te bezoeken.

De presentatie van de regio

Zoals de verkopers op de markt precies vertellen wat ze denken dat men wil horen, is het beeld van de regio zoals het neergezet wordt in reisgidsen, programma’s van georganiseerde reizen en op websites voor een deel gebaseerd op wat men gelooft dat de mogelijke bezoekers willen zien en ervaren. Veel informatie en reclame over de regio speelt in op de zoektocht van westerse toeristen naar authenticiteit en harmonie, die volgens MacCannell voorkomt uit vervreemding van de moderne samenleving.

The "Valley of Dawn" is the tourism center of the province and is the homeland of the Otavalo indigenous group who have spread their art and music around the world. The city of Otavalo is a mix of history, customs, culture and folklore. Here you find beautiful scenery, wide ethnic diversity, ancestral customs, and the ingenious skill of the art and handicrafts of the Otavalans. This city has excellent hotel and tourism infrastructure which makes a visit here a pleasure for both national and international visitors.¹²

Wat opvalt is dat deze manier van reclame maken vooral toegepast wordt door reisorganisaties van buiten de regio en de (regionale) overheid. De touroperators in Otavalo distantiëren zich hiervan omdat ze geloven dat de mensen waarop ze zich richten; de toeristen die langer blijven dan enkel voor een bezoekje aan de markt, wel beter weten of er snel achterkomen dat de regio veel meer te bieden heeft. Zij maken reclame met de variatie – cultuur, natuur en avontuur - in hun aanbod en de unieke combinatie van cultuur en ecologie van de regio. Dit sluit aan bij de culturele en natuurlijke verscheidenheid waarom Ecuador als land bekend staat en waarvoor veel bezoekers komen. Daarnaast leggen velen de nadruk op de lokale organisatie en reproductieve manier van werken; ze pronken met lokale kennis van de regio en duurzame omgang met de bezochte gemeenschappen en natuur. Hierdoor hopen ze (hun toekomstige klanten het gevoel te geven) bij te dragen aan een gelijkwaardige interactie tussen de bevolking en de bezoekers, positieve ontwikkeling van de regio, betrouwbare informatie over de traditionele cultuur en haar recente ontwikkelingen en een persoonlijk karakter van de tours.

We are a group of young guides from Otavalo and Quito who are in love with our country and we are very proud of being able to show it. We know that such a diverse and rich country as Ecuador, made of a special combination of nature and culture, requires a very wide perspective to be known in depth, and that is our mission, with special emphasis on ecotourism, adventure tourism, community participation and cultural exchange. All the activities that we promote and organize strive to preserve the environment, to educate the local communities and to improve their standard of life, facilitating the interaction between the tourists and the local people and promoting the exchange of experiences.¹³

De ontwikkelingen in ‘het rijke westen’ en de interesses van de mensen die hier wonen hebben invloed op de reclame en informatie over Otavalo. Maar de beelden en gevoelens die

¹² Bron: <http://imbabura.gov.ec/imbaturismo>, geraadpleegd op 05 februari 2009. Imbabura is de provincie waaronder Otavalo valt, juist zij zouden een neutraal, onafhankelijk beeld kunnen schetsen.

¹³ <http://www.all-about-ecuador.com>, geraadpleegd op 10 februari 2009.

deze middelen oproepen bij de mensen die ze lezen omdat ze de regio willen bezoeken, hebben weer invloed op de verwachtingen van de toeristen. Zoals uit het voorgaande blijkt, spreken niet alle bedrijven de zelfde interesses en gevoelens aan. Dit heeft te maken met de verscheidenheid onder toeristen die Otavalo bezoeken.

Verschillende toeristen; van massamarkt tot lokale zweethut.

Massatoeristen

“We wilden even een tijdje weg uit Nederland en ontspannen gaat het best in een totaal andere omgeving. De belangrijkste reden dat we voor Ecuador hebben gekozen is het bezoek aan de Galapagos eilanden. We wisten uit het programma dat er hier in Otavalo een inheemse markt is en dat we handwerklieden in traditionele gemeenschappen kunnen bezoeken, maar door de regen gaat dit helaas niet meer door. Het valt ons op dat alles echt goed geregeld is hier; lekker eten (voor de verandering), goed hotel, leuk stadje, toffe winkeltjes en kleurige markt en bevolking.”¹⁴

Dirk en Judith vallen – samen met de meeste bezoekers van Otavalo – in de categorie die Cohen omschrijft als massatoeristen; mensen die even weg willen uit de routine van hun dagelijks leven en vooral op zoek zijn naar ontspanning. Het tegenstrijdige aan deze groep toeristen is dat ze vooral willen ontspannen, maar tegelijkertijd allemaal proberen het hele land in maximaal een maand te zien door met hun georganiseerde groepsreis of vooraf geboekte gids van de ene naar de andere trekpleister te scheuren. Daarbij vinden ze het belangrijk dat ze in een goed bed kunnen slapen, ’s ochtends een warme douche kunnen nemen en dat het eten enigszins voldoet aan hun normen.

Deze massa bezoekers vormt de economische drijfveer van de regio. Daarbij geldt voor de Otavalos dat de klant koning is; als deze toeristen graag wat extra geld neertellen voor de perfecte souvenir of een Griekse salade in plaats van rijst met friet, een stukje kip en een gebakken banaan, dan kunnen zij dat wel regelen. Het centrum van het stadje is dan ook gevuld met fancy hotels – “*hot water 24 hours a day*”, westerse restaurantjes met uithangborden – “*Pizza, Pasta, Burger, Sandwich, Salads, Vegetarian plates*”, internetcafés en barretjes waar ze naast Heineken vaak ook *Shisha* (marrokaanse waterpijp) verkopen.

¹⁴ Dirk Schuurman & Judith Bezemer, 19 februari 2009, restaurant Buena Vista Otavalo. Dirk en Judith zijn samen met een groep anderen in Ecuador via Djosen, een Nederlandse reisorganisatie die georganiseerde rondreizen verzorgt.

Hierbij moet echter wel een kanttekening geplaatst worden. Deze mensen hebben al de stap genomen om in een onbekend land de variatie van – voor hen nieuwe – landschappen en culturen te gaan bekijken, omdat het ze interesseert.

“Eén van de leukste dingen die we gedaan hebben was een bezoek aan de authentieke indiaanse veemarkt in Guamota. Deze was niet opgezet voor toeristen maar echt voor de inheemse bevolking, leuk om te zien hoe dat allemaal in zijn werk gaat.”¹⁵

Dit stukje uit het zelfde gesprek laat zien dat Dirk en Judith – als je ze volgens dezelfde indeling van Cohen zou categoriseren – binnen het totaal van Nederlandse toeristen, zeker niet bij de massa’s horen die hun vakantie doorbrengen in Center Parks of aan de Costa del Sol. Dan vallen ze ineens onder de ‘modern pilgrims’ die naar exotische oorden reizen om hun horizon te verbreden.

Modern Pelgrims

“Ik wilde nog een tijdje weg uit Engeland voor ik aan alle verplichtingen en stress van mijn Master zou beginnen. In eerste instantie ben ik naar Brazilië gegaan om als vrijwilliger in een reservaat te werken, maar toen werd ik verliefd op Zuid-Amerika. Ik wil meer leren over hoe de samenlevingen werken, hoe de mensen leven en wat ze belangrijk vinden. Ik kwam naar Otavalo voor de markt, de cultuur en de natuur en vond het te leuk om meteen weer weg te gaan. Daarom besloot ik hier een cursus Spaans te gaan doen en bij een gastgezin te gaan wonen om de cultuur wat dieper te ervaren. Zo gaat het dus al een aantal maanden en ik stel de einddatum van mijn reis steeds verder uit.”¹⁶

Er is een beperkte groep mensen die net als Jennifer wat langer in Otavalo blijven hangen, Cohen zou ze beschrijven als *modern pilgrims*. Wat ze onderscheidt van de massatoeristen is vooral dat ze liever een beperkter aantal plaatsen goed bekijken dan alles vluchtig. Onder de *experiential tourists* vallen vooral backpackers die meestal alleen of met hun partner reizen. Ze blijven hangen omdat ze het wel naar hun zin hebben en graag één of meerdere activiteiten – zoals hiken, raften, een tour door inheemse gemeenschappen of cursus Spaans – willen ondernemen om daarmee een beter beeld te krijgen van de regio. Daarbij zoeken ze naar goedkopere alternatieven voor overnachtingen en maaltijden (vanwege het budget dat ze

¹⁵ Dirk Schuurman & Judith Bezemer, 19 februari 2009, Otavalo.

¹⁶ Jennifer Clark (Groot-Brittanie, film en televisie studente), 7 maart 2009, Bar Bohemia Otavalo.

meestal hebben door hun lange reisduur) maar geven niet te veel zekerheid op – ze zullen bijvoorbeeld niet alleen een berg oplopen met een wandelkaartje.

Uit een gesprek met Montserrat, medewerkster van het Casa du Turismo (VVV) van Otavalo blijkt dat ze zich vooral op deze groep richten.

“We houden ons niet bezig met de massa’s die naar de markt komen, zij regelen toch alles van tevoren. We richten ons op de mensen die langer blijven, die hiernaartoe komen om de cultuur en manier van leven van de bevolking te leren kennen.”¹⁷

Het stadje kent naast de twee toeristenbureaus negen verschillende tour operators en vele hostels en ook illegale organisaties die zich allemaal op deze tak van het toerisme richten. Ze bieden tours aan van een halve dag tot een paar dagen waarbij met een gids één of meerdere aspecten van de regio - bijvoorbeeld handwerklieden en hun dagelijkse leven of ecologie en landbouw op de flanken van de vulkaan Cotacachi – uitgediept worden. Daarnaast zijn er veel hostels, restaurants en barretjes waar je traditioneel kan eten of waar inheemse muziek en dans voorstellingen georganiseerd worden.

Tenslotte zijn er *experimental en existential tourists* die vaak met een speciaal doel komen. Hierbij kan je denken aan vrijwilligers die les gaan geven in afgelegen gemeenschappen, uitwisselingstudenten en mensen die iets speciaals willen doen of leren in de regio. Deze mensen gaan van nature op andere plekken af. Ze verblijven meestal in een dorpje in plaats van in de stad en krijgen door hun welgemeende interesse makkelijk contact met de bevolking, waardoor ze ook weten waar de lokale activiteiten te vinden zijn. Waar Dirk en Judith de dierenmarkt in Guamota super authentiek vonden nemen *existential tourists* daarmee geen genoegen, ze willen niet alleen een markt zien, maar echt participeren in het dagelijks leven van de bevolking zodat ze zelf kunnen ervaren hoe het is om zo te leven. Dat laat zien hoe relatief de beleving van iets ‘authentieks’ kan zijn. In een commentaar op het weinige werk de laatste jaren zei Carlos Layton: “De echt leuke bezoekers zoals jij, die echt willen ervaren hoe het hier gaat willen nooit geld uitgeven aan een tour, die trekken er gewoon zelf op uit.”¹⁸ Een paar organisaties bieden voor deze soort bezoekers de mogelijkheid om te overnachten in een rural lodge en te participeren in het dagelijks leven

¹⁷ Montserrat, medewerker van Casa du Turismo, 4 februari 2009, Otavalo.

¹⁸ Carlos Layton, eigenaar van tour operator Layton Tours, 25 maart 2009, paardrijdtocht rond Otavalo

van de familie. “Als je echt wilt ervaren hoe de traditionele bevolking hier leeft moet je eigenlijk een tijdje bij een familie in één van de gemeenschappen gaan wonen.”¹⁹

‘Buitencategorie’

“Ik kom net van de ‘Secret gathering of the vagina’ een bijeenkomst georganiseerd door Ecuadoriaanse medicijnvrouwen die hun kennis op deze manier willen delen met jongere generaties en geïnteresseerden uit andere culturen. Ik heb – na jaren van reizen - een stuk grond gekocht in Californie waarop we nu geneeskrachtige planten verbouwen en workshops en demonstraties geven. Door de bijeenkomst te bezoeken heb ik mezelf verder kunnen ontwikkelen en interessante informatie en ideeën opgedaan voor mijn project in de VS.”²⁰

Hostal Aya Huma kent veel bezoekers zoals Linda; groepen en individuen die speciaal naar deze regio komen om te leren van de *yachak* (lokale sjamanen). Deze mensen vallen buiten de categorieën van Cohen. De meeste hebben (na lang zoeken) hun eigen plekje gevonden in de westerse samenleving en willen daarmee verder omdat ze vinden dat ze met hun bezigheden een bijdrage leveren aan deze samenleving. Ze bezoeken Otavalo – vaak voor relatief korte tijd en van tevoren georganiseerd - om nieuwe kennis en ervaringen op te doen voor hun persoonlijke ontwikkeling en bezigheden thuis. De activiteiten die ze ondernemen – vooral als het gaat om sjamanen - zijn zonder connecties (en dus voor ‘echte toeristen’) vaak niet mogelijk want: “We kunnen de Yachak (sjamanen in Iluman) niet bezoeken met een groep want ze willen geen toeristenattractie zijn.”²¹

Ook zijn er veel toeristen die laveren tussen bepaalde categorieën. Als Jennifer niet besloten had om Spaans te gaan leren in Otavalo was ze één van de duizenden toeristen geweest die enkel voor een dagje markt (en misschien een avondje inheemse muziek) kwam. Uiteindelijk bleek dat ze geïnteresseerd was in sjamanisme en bleef nog tien dagen extra om twee sjamanen te bezoeken en mee te gaan naar een lokale zweethut ceremonie ter gelegenheid van de lente-equinox.

Het toerisme in Otavalo is te complex om te vangen in eenzijdige categorieën. Er is geen sprake van een bevolking die uitgebuit wordt door transnationale reisorganisaties die ze precies vertellen wat ze moeten doen om een beetje geld te verdienen. Noch is er sprake van

¹⁹ Fausto, medewerker van tour operator Runa Tupari, 4 februari 2009

²⁰ Linda (VS), 9 maart 2009, Hostel Aya Huma Peguche

²¹ Jorge, medewerker van tour operator Ecomontes, 4 februari 2009, Otavalo

naïeve toeristen die afgezet worden door een uitgekookte toeristenindustrie. Kortom, het is geen eenrichtingsverkeer waarbij de ene groep danst naar de pijpen van de andere, maar een complexe wisselwerking waarbij beide kanten zich aanpassen aan beelden over elkaar die deels buiten hun leefwereld ontstaan zijn. Het aanbod van producten en diensten voor toeristen wordt gestuurd door globale ontwikkelingen en interesses van bezoekers. Tegelijkertijd worden deze interesses en verwachtingen van de bezoekers gestuurd door beelden die voor hen geproduceerd worden op basis van wat men denk dat ze graag willen zien. In het volgende hoofdstuk zal gekeken welke lokale processen gestuurd zijn door deze wisselwerking en hoe dit vorm heeft gegeven aan de ontwikkeling van de toeristische sector in Otavalo.

Aanpassingen door de bevolking; sociale normen van commercialisering²²

“Ik heb leren weven van mijn vader. Toen ik jonger was reisde ik veel door Europa, als muzikant en om onze producten te verkopen, want de verkoop was hier tot een jaar of vijfentwintig geleden erg gering. Toen ik merkte dat er steeds meer westerse toeristen naar Ecuador kwamen, kreeg ik het idee om een winkel te beginnen voor de groeiende toeristische sector. Ik wist van mijn reizen wat mensen aanspreekt en besloot daarom handwerkspullen te verkopen die net wat specialer, of kwalitatief beter zijn dan op de markt. De winkel is er sinds 20 jaar en is klein begonnen en steeds groter gegroeid, omdat we door de jaren heen bekendheid verwierven en er steeds meer mensen naar de winkel kwamen. Toen we merkten dat veel bezoekers geïnteresseerd waren in de manier van produceren, is de kelder - die eerst een werkplaats was - langzaam steeds meer een demonstratieruimte geworden. Er wordt nog steeds af en toe gewerkt, maar tegenwoordig dient het in principe hiervoor. Ik reis nog steeds, om nieuwe ideeën voor de designs van de weefproducten en de inrichting van de winkel op te doen.”²³

Het verhaal van Jose is geen unieke in de regio. Veel mensen zijn vaak op reis geweest en iedereen heeft wel een familielid of bekende die in het buitenland verblijft. Het merendeel van de bedrijven die zich richten op toeristen, zijn opgezet door mensen die zelf meerdere keren in het buitenland zijn geweest, en daar hun idee om met toeristen te gaan werken hebben opgedaan. Dit hoofdstuk zal bespreken hoe deze situatie tot stand is gekomen en hoe het de lokale ontwikkeling van toeristenvoorzieningen heeft gestuurd.

Globale entrepreneurs

In hoofdstuk twee hebben we gezien dat de Otavalos van oudsher bekend stonden als wevers en handelaren. Deze geschiedenis is verweven met het zelfbeeld en de normen en waarden die in de regio gelden: *Ama llulla, ama Kella, ama shua* (Lema 1999: 198); Steel niet, lieg niet en wees niet lui. Volgens Chavez (1982, 90-93) heeft dit geleid tot een model van sparen en investeren in productie, wat uiteindelijk zou moeten leiden tot economisch succes. Daarbij is

²² Sommige namen zijn veranderd in verband met privacy

²³ Jose Ruiz Perugachi, 7 maart 2009, El Gran Condor Peguche. Jose is de oprichter en eigenaar van El Gran Condor een grote winkel in Peguche waar allerlei handwerkproducten, maar vooral de meest uiteenlopende weefspullen verkocht worden. Voor foto's zie bijlage 4.

het belangrijk om innovatief te zijn, door nieuwe ideeën, technologieën en omgangsvormen over te nemen als ze van pas komen.

Eén van deze ontwikkelingen was de mogelijkheid om te gaan reizen. De traditie zo veel mogelijk geld te sparen om te kunnen investeren in nieuwe ontwikkelingen, samen met het ontstaan van reisbureaus waar mensen een krediet konden opnemen om hun vlucht te betalen, maakte het mogelijk om hun handelsdomein uit te breiden naar andere continenten.

Actualmente los indigenas de Otavalo viajamos por todas partes del mundo, hablando de nuestras realidades; exhibiendo nuestros trabajos de artesanías; ofreciendo nuestra música; enseñando nuestro idioma; ampliando nuestros saberes (Lema 1995: 197).

Lema zegt hier dat Otavalos overal ter wereld te vinden zijn, om hun producten op de markt te brengen, muziek te spelen en taal en cultuur uit te leggen en te onderwijzen. Hieruit blijkt dat ze ondanks hun verblijf ver van huis, wel hun eigen cultuur en manier van doen behielden. Ze merkten dat hun handelswaren, muziek en verschijning – in poncho, witte broek, lang gevlochten haar en hoed – de aandacht trokken. Door een tijdje in een land te verblijven, bouwden ze een sociaal netwerk op en leerden veel over de cultuur van het land en de manier waarop mensen hen zagen.

Het werd ze duidelijk dat er geld te verdienen was met etnische producten zoals muziek en handwerkspullen. Ook gaf het ze informatie over de manier van leven van de toeristen die hun land steeds meer kwamen bezoeken. Door zelf te gaan reizen leerden ze wat westerse mensen verwachten; welke producten ze interesseren, hoe een hotelkamer er uit hoort te zien, wat ze willen eten, welke soort inrichting van een winkel ze aanspoort om iets te kopen. Daarnaast vormden ze vele *webs of interconnection*; door sociale netwerken op te bouwen in het buitenland, verbonden ze automatisch hun gemeenschap via vele wegen met mensen en gemeenschappen wereldwijd.

Het vertalen van reiservaring naar toeristenvoorziening

“Toen ik opgroeide werkten vrouwen niet, ze zorgden voor het huishouden en de mannen deden het weefwerk. Daarom was ik eerst alleen moeder en huisvrouw. Later leerde mijn man me weven. Toen mijn vader begon met de winkel, zijn we gaan meewerken in het bedrijf en sinds een paar jaar help ik veel in de winkel, omdat hier meer mensen nodig waren.

We werken samen met broers, zussen, neven en nichten en hun (aangetrouwde) familie. In totaal zijn het vijftien families die allemaal andere technieken en materialen gebruiken. Sommige produceren alleen voor de winkel, terwijl anderen ook producten op de markt verkopen. Tot een jaar of acht geleden verkochten wij ook op de markt, maar omdat we zo veel variatie hebben en steeds nieuwe dingen ontwerpen, gingen andere mensen alles kopiëren. De kwaliteit van de spullen die op de markt verkocht worden, is doorgaans niet zo goed, maar het is daar lastig om het verschil aan de bezoekers uit te leggen. Er kwamen steeds meer mensen naar de winkel, omdat ze meer wilden weten over de productiemethoden en kwaliteit van de producten. Daarom verkopen we tegenwoordig niet meer op de markt.”²⁴

De winkel van Jose begon klein, maar door te reageren op de verandering op de markt en de interesses van bezoekers, werden ze steeds groter. De mensen die langskwamen voor een bezoek, komen volgens Jose vaak terug en vertellen anderen over de winkel. Door deze mond op mond reclame stijgen de bezoekersaantallen steeds meer. Net als de familie Perugachi hebben de meeste families in Otavalo contacten in het buitenland. Ze proberen constant bij te houden wat er verandert in de internationale markt, zodat ze hun producten aan kunnen passen. Dit getuigt van inzicht in gegevens over vraag, aanbod en mode.

“Vroeger produceerden we allerlei handwerkspullen en kleding op de weefgetouwen van mijn ouders. Toen Alejandro op één van zijn reizen in de Dominicaanse Republiek kwam, leerde hij daar nieuwe technieken om sieraden te maken. Omdat dit hier nog niet bestond, en daarom beter verkocht, zijn we langzamerhand vooral deze sieraden gaan maken.”²⁵

Innovatief reageren op nieuwe ontwikkelingen en mogelijkheden van de markt - zoals Alejandro en Estela dat hebben gedaan door sieraden te gaan maken die eerder niet op de markt te koop waren - wordt door de Otavalos gezien als een eigenschap die ze heeft geholpen succesvol te zijn als entrepreneurs, en daarom zijn ze er trots op. Ze zien dit dan ook niet als verlies van authenticiteit of cultuur, omdat het aanpassingsvermogen inherent is aan deze cultuur. Als je rondloopt door het stadje valt op dat de spullen waarom de markt bekend staat - kleurige kleding en kleedjes, kunst en handwerkspullen – niet te vinden zijn bij de Otavalos zelf. Alle toeristen lopen in deze kleding rond, terwijl de bevolking zelf zich hult in

²⁴ Rosita, Jose's dochter, 7 maart 2009, El Gran Condor Peguche

²⁵ Estela Moran, 19 maart 2009, Iluman. Estela heft samen met haar man Alejandro een sierradenwinkelje in Otavalo en een hostel in Iluman waar de gasten allerlei culturele dingen kunnen doen zoals traditioneel eten met de familie, spaanse of Quichua lessen, culturele avond, speciale plaatsen bezoeken en een workshop sierraden maken.

een spijkerbroek en trui of traditionele kleding, die niet op de markt verkocht wordt. Toeristenvoorzieningen zoals restaurants en barretjes gebruiken bijna altijd kleurige kleedjes en handwerkspullen voor de aankleding, terwijl deze in de restaurantjes waar de bevolking zelf gaat eten en in hun huizen nergens te bekennen zijn. De spullen waarom de markt bekend staat, zijn een *invented tradition*; ze zijn ontwikkeld vanuit een reactie op de interesses van de toeristen en vervolgens gemaakt tot een kenmerk van de regio. Wat hierbij opvalt is dat de mensen het niet in hun cultuur hebben opgenomen, maar het alleen gebruiken voor het toerisme.

Gevolgen van commoditization; ongeschreven normen en lokale ethos

‘In de kelder van de winkel is een ruimte waar demonstraties over verschillende weeftechnieken gegeven worden. Ze laten zien hoe de wol bewerkt wordt tot het op bruikbare klossen zit. Dan zijn er demo’s met verschillende technieken. De oudste is de Incatechniek, dan een apparaat dat met pedalen aangestuurd wordt en waarbij je met de hand de wol erdoor moet doen. Volgens Rosita zijn er in heel de regio misschien nog 3 families die met de Incatechniek werken en een handjevol die de pedaal machines gebruiken. Dit komt door de industrialisatie in het gebied en hoewel de kwaliteit van de handgemaakte producten beter is, kunnen ze niet op tegen de productiesnelheid van de machines (per dag 1-3 met de hand, maar 20-40 met machines). Daarna laten ze de verschillen zien tussen de kwaliteit van verschillende weeftechnieken, kleuringstechnieken en de wol die ze gebruiken. Zo laten ze zien wat echte Alpaca is (waarom de streek bekend staat) en dat ze dus op de markt wel zeggen dat het Alpaca is, maar dat de meeste producten eigenlijk van acryl gemaakt zijn, of een klein beetje Alpaca bevatten. De winkel biedt veel verschillende producten aan, van verschillende kwaliteit.’²⁶

In het vorige hoofdstuk is uiteengezet hoe de Otavalos zich aangepast hebben om de massa’s marktbezoekers op te kunnen vangen. Hierbij worden westerse standaarden voor hotels en restaurants overgenomen, maar er wordt nauwelijks aanspraak gedaan op culturele aspecten. Hierboven hebben we gezien hoe El Condor reageerde op de groeiende interesse van toeristen in de manier van leven en werken van de lokale bevolking. Door te laten zien hoe verschillende mensen werken, en te vertellen over de ontwikkelingen in het gebied, stellen ze de bezoekers tevreden die geïnteresseerd zijn in de manier van werken en leven van de lokale wevers. Blijkbaar werkt het, want ze hebben hun plekje in de Lonely Planet gekregen. De

²⁶ Veldwerknoteite bezoek El Gran Condor, 24 februari 2009, Peguche

demonstraties trekken meer bezoekers, en het geeft ze de mogelijkheid om verschillende producten te laten zien en juist de duurdere producten te verkopen, omdat deze op traditionelere manier gemaakt zijn.

Er zijn vele andere ondernemers in de regio, die een cultureel aspect gecommunitiseerd hebben naar aanleiding van de interesse van toeristen voor de manier van leven van de bevolking. Eén daarvan is de werkplaats en demonstratieruimte van Nando Manachi. Zijn vader hechtte veel waarde aan de muzikale tradities van zijn volk en leerde hem hoe hij instrumenten moest maken en bespelen. Nando maakt instrumenten voor vele muzikanten, een paar groepen zijn wereldwijd bekend.

“Door vele reizen over de hele wereld te maken leerde ik dat mensen de muziek en instrumenten van de indigenas leuk vinden. Om deze tradities in stand te houden, ben ik 11 jaar geleden begonnen voorstellingen van inheemse muziek en dans te verzorgen. Ik hou heel veel van muziek maken en wil mensen graag iets over mijn cultuur leren, dit gaat het best als je iets unieks doet, dat een speciaal gevoel achterlaat wat ze zich herinneren. Mijn hoofddoel is dat de mensen gelukkig weg gaan. Daarnaast wil ik de instrumenten en muziek van de regio bekendheid geven en verspreiden. Mensen kunnen na de demonstratie iets kopen, als ze dat leuk vinden.”²⁷

De demonstratieruimte van El Condor en de voorstellingen van Nando en zijn familie zijn voorbeelden van *staged authenticity*. Er zijn veel van dergelijke voorbeelden te vinden; de drie musea die Otavalo rijk is, gaan allemaal in op de (traditionele) productie van weef-, en handwerkproducten en een aantal hostels, restaurants en barretjes verzorgen elk weekend (of op aanvraag) een avond met inheemse muziek en dans. Al deze vormen van commoditization worden door de bevolking gezien als een goede manier om geld te verdienen. Handwerkproducten zijn van oudsher een exportproduct van de Otavalos en vanaf de diplomatieke reis van Rosa Lema en haar neefje is muziek daarbij gekomen. Toch gaat men anders met de toeristen om naarmate de producten of diensten die aangeboden worden intiemer zijn.

²⁷ Nando Manachi, 7 maart 2009, Peguche. Voor een foto zie bijlage 4

“De demonstraties zijn gratis, mensen kunnen altijd binnenvallen en als iemand tijd heeft dan geven we een demonstratie. We vinden het belangrijk om toeristen te informeren over de geschiedenis, het leven en de manier van werken van de mensen in de regio, zodat ze weten wie we zijn en hoe de producten die ze kunnen kopen ontstaan zijn. Niet iedereen koopt iets en dat vinden we helemaal niet erg, want als ze wel iets interessants geleerd hebben, gaan ze weg met een goed gevoel en vertellen dit aan andere mensen, die dan op een later tijdstip weer langskomen en misschien alsnog iets kopen.”²⁸

Zowel voor Jose als voor Nando – en hun families – geldt dat ze in eerste instantie demonstraties geven omdat ze hopen daardoor meer bezoekers te trekken om hun spullen aan te verkopen. Daarbij komt echter dat ze het belangrijk vinden om hun cultuur door te geven aan geïnteresseerden. Ze proberen bij hun publiek een goed gevoel over de cultuur op te wekken, zodat ze zich verder verdiepen in de regio en de bevolking. Dit is voor een deel een verkoopstrategie; in het vorige hoofdstuk hebben we al gezien hoe lokale touroperators inspelen op de interesse in cultuur en het verlangen van *modern pilgrims* naar een gelijkwaardige interactie met de bevolking. Maar er zit meer achter dan dat.

‘De limpa²⁹ vindt plaats in een redelijk groot huis met reclameborden en zo. Blanca heet iedereen enthousiast welkom en begint te vertellen over allerlei planten. Ik krijg het idee dat ze hiermee probeert de interesse van de studenten te wekken, want normaal is dit geen onderdeel van een limpia, en ook gebruikt ze de planten tijdens de ceremonie niet. Dan begint het gedeelte van de reiniging dat negatieve energie moet verwijderen. Blanca spuugt een sterk ruikend drankje van suiker en gember over Michelle heen waarmee ze zich moet wassen. Daarna gaat ze met een bos planten, waaronder brandnetels, langs het lichaam, spuugt vuur op de planten en doet het zelfde nog een keer. Ondertussen maakt ze oogcontact met het publiek en grijnst over de reacties. Dan beveelt ze iemand de plantenresten te verwijderen, alles moet snel en ze schreeuwt steeds bevelen naar twee kinderen. Vervolgens spuugt ze vuur op Michelles handen en laat haar weggooibewegingen maken, ook spuugt ze vuur op het matje waarop Michelle staat en laat haar er op dansen, dit wordt een aantal keer herhaald. Vervolgens maakt ze meerdere buigingen en neemt applaus van het publiek in ontvangst en vraagt of we het leuk vonden...’³⁰

Blanca is naar mijn weten één van de weinige sjamanen in de omgeving die *limpia*’s doet als demonstratie voor een groep. Ze vraagt hiervoor 80 dollar (vergeleken met 20 bij anderen) en

²⁸ Jose Ruiz Perugachi, 7 maart 2009, El Gran Condor Peguche.

²⁹ Ritueel dat bedoelt is om je energie te reinigen; je te ontdoen van kwade/slechte energieën en je goede energie te geven.

³⁰ Veldwerknottities 11 februari 2009, Peguche

werkt alleen met toeristen, omdat de mensen uit het dorp het liefst zo min mogelijk met haar te maken willen hebben. Ze zijn het blijkbaar niet eens met de manier waarop Blanca probeert haar geld te verdienen. Het nabij gelegen dorp Iluman staat bekend om de aanwezigheid van vele *yachak*. Ze hebben een vereniging opgericht die bij speciale gelegenheden af en toe rituelen en demonstraties organiseert. Alle *yachak* (die de titel shamaan niet gebruiken) hebben een klein bordje aan hun huis waarmee ze aangeven dat ze genezer zijn, zodat mensen die van hun diensten gebruik willen maken ze kunnen vinden. Blanca daarentegen heeft grote reclameborden op haar huis staan met de leus *Shaman de Zuleta* en een grote foto van haarzelf met een tooi op haar hoofd en een e-mail adres en telefoonnummer.³¹ Ze komt niet uit Peguche, maar is er gaan wonen omdat ze daar beter bereikbaar is voor bezoekers die haar doelgroep vormen.

Blanca is een voorbeeld van iemand die door de interesse van toeristen haar eigen principes aan de kant heeft gezet om zo veel mogelijk te kunnen verdienen. Alhoewel de Otavalos trots zijn op de innovatieve manier van omgang met de markt - waar *invented* producten onder de noemer Alpaca verkocht mogen worden terwijl ze eigenlijk van acryl zijn – kan de houding van Blanca eigenlijk niet door de beugel. Daaruit blijkt dat er door de ondernemers een afweging gemaakt wordt, tussen de waarde van geld en de waarde van gemeenschap. Men wordt geacht subtieler om te gaan met aspecten van de cultuur die intiemer zijn en dus gevoeliger liggen in de gemeenschap. Sjamanistische rituelen – met hun persoonlijke betekenis en door de kerk opgelegde occulte imago - zijn hiervan zeker een voorbeeld. Op deze manier gaat de bevolking *reification* van (voor hen) betekenisvolle aspecten van de cultuur tegen en zorgt er tegelijk voor dat het interessant blijft voor *modern pilgrims*.

Hoewel er de laatste decennia van alles veranderd is voor veel families de laatste decennia, konden ze vasthouden aan bepaalde principes, omdat de veranderingen op hun eigen voorwaarden zijn gebeurd. Doordat ze zelf reizigers zijn, brachten ze de veranderingen met zich mee, zodat ze zich van binnenuit konden aanpassen aan het stijgende toerisme. De veranderingen zijn niet gestuurd door acculturatie maar door creolisering, waardoor het voor de Otavalos mogelijk is om enerzijds vast te houden aan traditionele aspecten van hun cultuur, terwijl ze tegelijkertijd heel gevoelig zijn voor tekens van verandering en hier direct op inspelen door hun aanbod van producten aan te passen aan de vraag van de markt. Het valt op dat *invented traditions* en *staged ethnicity* met het doel om te kunnen verkopen, vooral

³¹ Voor foto zie bijlage 4

toegepast worden op de massa's ongeïnteresseerde marktbezoekers. Naarmate mensen meer interesse tonen en het om intiemere aspecten van de cultuur gaat, doen de Otavalos ook meer hun best om echt iets van hun cultuur over te brengen. Het volgende hoofdstuk zal laten zien hoe deze ethos zich vertaalt in het ontwerpen van nieuwe tradities en het voortdurend reconstrueren van hun identiteit in een globaliserende wereld.

Pawkar Raymi; manifestatie van inheemse etniciteit³²

‘Zondagochtend om een uur of negen staat het dorpsplein in Peguche helemaal vol vanwege het begin van Pawkar Raymi. In de buitenlucht zitten – in hun mooiste klederdracht - vrouwen met jonge kinderen op schoot, te luisteren naar een katholieke pastor. Na de mis verplaatst de menigte zich naar een ander pleintje, waar een optocht in gang wordt gezet door een drietal clowns die rondspringen op hypermoderne verende stelten. Verder zijn er verschillende fanfares en een oneindige sliert sportteams. Deze gaan gekleed in outfits van wereldwijd bekende teams zoals FC Barcelona en het Nederlands elftal. Langs de kant van de weg staan allerlei soorten mensen; veel indígenas maar ook mestiezen en toeristen. De stoet eindigt in het stadion, waar in een openingsceremonie alle teams zichzelf presenteren. Op de tribunes vinden families elkaar terug, en genieten samen van het spektakel en al het verschillende eten dat rondom het voetbalveld wordt verkocht.’³³

De inheemse bevolking in de Andes kende voor de komst van de Spanjaarden vier grote feesten, die gebaseerd waren op de landbouwcyclus en op de stand van de zon gedurende de jaarlijkse omwenteling. Elk van deze feesten had een specifieke betekenis die samenhang met natuurlijk cycli en verschillende perioden uit het leven. Daardoor zijn er per feest verschillende gebruiken, maar het eren van moeder aarde en het delen van haar vruchten (oogst) komt in alle feesten terug. Inti Raymi – het feest van de zon – is van deze vier de belangrijkste en wordt jaarlijks gevierd tijdens de zomerzonneward op 21 juni. Ook de herfst equinox en winterzonneward zijn van oudsher belangrijke dagen. De lente equinox heet Pawkar Raymi en staat in het teken van bloei; van de natuur en de jonge jaren van het leven. De katholieke Spanjaarden erkenden dat ze deze feesten niet zomaar konden onderdrukken, en probeerden ze op te nemen, of te transformeren in katholieke feesten. Pawkar Raymi werd opgenomen in het carnaval, waardoor de vorm en inhoud drastisch veranderden.

Al decennia lang wordt er in Peguche jaarlijks een voetbaltoernooi georganiseerd, om de bewoners van verschillende dorpen op een vriendschappelijke manier bij elkaar te brengen. Door de vakantie rond carnaval vloeiden dit feest en het toernooi samen. Op een gegeven moment ontstond het idee het evenement te gebruiken om cultuur door te geven en oude tradities terug te halen. De wedstrijden breidden zich uit naar meerdere takken van sport en de teams kwamen van steeds verder weg, uit andere inheemse regio's in Ecuador en Latijns

³² Sommige namen zijn veranderd in verband met privacy

³³ Veldwerknootities 15 februari 2009, Peguche

Amerika. Otavalos uit diaspora overal ter wereld vormden teams, om deel te nemen aan het toernooi - wat de shirtjes van FC Barcelona en het Nederlands elftal verklaart.

Leden van de gemeenschap die in het buitenland verblijven, hebben de naam van het festival over de hele wereld verspreid, waardoor het steeds meer internationale bezoekers trekt. Pawkar Raymi is daardoor uitgegroeid tot een evenement waaraan iedereen meedoet; waarbinnen families, de inheemse wereld en mensen met andere culturele achtergronden bij elkaar komen. Het is een gebeurtenis waarbinnen cultuur gemaakt wordt, die vorm geeft aan de identiteit van de Otavalos. Verschillende gebeurtenissen die in verband staan met het evenement laten zien hoe enerzijds oude tradities gereconstrueerd worden uit collectieve herinneringen en anderzijds nieuwe tradities ontstaan, als gevolg van de ontmoeting met andere culturele repertoires.

Reconstructed ethnicity

‘Om een uur of tien komt de stoet – dit keer bonter, maar nog steeds traditioneel geklede – vrouwen en mannen aanlopen, met grote schalen fruit en emmers met bloemblaadjes. Ze worden vergezeld door fanfare en om de 100 meter nemen ze even pauze om te dansen. Daarna volgt nog een groep - minder traditioneel geklede – jongeren en andere geïnteresseerden. Aangekomen bij het meertje, zoekt iedereen een plekje; de vrouwen met fruit en bloemen allemaal in een rijtje omhoog vanaf de plek waar Shyri (de leider van de ceremonie) staat en de rest van de belangstellenden er omheen. Als alles een beetje rustiger wordt begint Shyri een toespraak in Quichua die hij later vertaalt in het Spaans. Eerst vraagt hij de aanwezigen om wederzijds respect; van de gasten voor de originele taal van de bevolking en het ritueel. Aan de indigenas vraagt hij de aanwezigheid te waarderen van mestiezen en buitenlanders, die zo veel interesse hebben in hun cultuur, dat ze hiernaartoe zijn gekomen om er over te leren. Hij legt uit dat het ritueel bedoeld is om negatieve gebeurtenissen en energie af te spoelen met de reinigende kracht van het water, maar dat het vooral gaat om het wensen van voorspoed met behulp van bloemen. Als je iemand een ‘tumarina’ gaat geven is het de bedoeling dat je daarbij die persoon iets goeds toewenst; dat (een bepaald aspect van) het leven van diegene zal gaan bloeien zoals de bloemen. Nadat hij met behulp van het meegebrachte fruit en een deel van de bloemen moeder aarde heeft bedankt voor het bloeien van de planten, begint iedereen zijn emmertjes te vullen met bloemblaadjes en water. Vervolgens pakken ze steeds een hand vol natte bloemblaadjes, en pletsen deze op andermans hoofd terwijl ze die persoon iets moois

toewensen. Voor ik het weet word ik er ook in betrokken en krijg van alle kanten bloemen op mijn hoofd.³⁴

Het ritueel van de *floreCIMIENTO* (bloei) is het centrale thema van de traditionele viering van Pawkar Raymi. Het is een belangrijke inheemse traditie, en wordt bijvoorbeeld ook uitgevoerd voorafgaand aan een bruiloft. Het paartje wast zich dan in de waterval en gebruikt bloemen om te vragen om voorspoed voor het huwelijk. Deze traditie is deels door de Spanjaarden overgenomen; carnaval in de Andes betekent één groot water- en schuim- (met bloemengeur) gevecht, veel mensen zijn zich echter niet bewust van de herkomst van deze gewoonte. De inheemse bevolking is juist in deze nationale feestweek bezig hun etniciteit te reconstrueren. Ondanks dat het niet meer gevierd wordt op 21 maart – de dag van de lente equinox - proberen ze toch de traditionele betekenis van Pawkar Raymi terug te halen tijdens carnaval. De *tumarina* en het idee van bloei en gelukswensen is het centrale thema van de dag, maar na het ritueel verplaatsten de aanwezigen zich naar een dichtbij gelegen plein waar ze de rest van de dag samen eten, dansen en genieten van voorstellingen van traditionele muziek en dans. Gedurende het festival zijn overal optredens, want muziek en dans vormen een belangrijk aspect van de cultuur. Bijna iedereen speelt meerdere instrumenten en ze zeggen dikwijls dat de muziek in hun hart zit. Het delen van muziek en dans wordt gezien als een manier waarop jongeren hun *roots* kunnen leren kennen.

‘Runa Kay is Quichua voor wees indiaan en voor indígenas is het dan ook verplicht om in traditionele kledij te komen. Ook de jongens die een paar weken geleden in Bob Marley shirt en oversized spijkerbroek bij een reggaeconcert waren, lopen hier trots rond in witte broek en blouse, donkerblauwe poncho, met gevlochten haar en hoed. De avond begint met een toneelstuk over het ontstaan van Pawkar Raymi en het verband met de landbouwcyclus, terwijl iedereen (honderden, misschien wel duizenden mensen) een zakje met maïskolf, popcorn, bonen en aardappels krijgt. Er volgt een optreden van een traditionele dansgroep en daarna barst het spektakel los met een band uit Bolivia. Al snel staan mensen in de rij om te kunnen dansen – dat betekent hier in een kring achter elkaar aanlopen en omdraaien als iemand zijn hand opsteekt. Op een gegeven moment geeft de band aan een moderner nummer te willen spelen, omdat ook zij de fusie tussen traditioneel en eigentijds willen maken. Dit wordt gemengd verwelkomd; eerst is er veel gejoel, maar als de eerste reggae fluitjes met traditionele melodietjes door de boxen komen wordt er toch weer gedanst... maar wel in een cirkel.’³⁵

³⁴ Veldwerknottities 24 februari 2009, Peguche. Voor foto zie bijlage 3

³⁵ Veldwerknottities 21 februari 2009, Peguche

Runa Kay is een van de grootste evenementen die in Peguche georganiseerd worden, en draait volledig om het manifesteren van de inheemse etniciteit. Hierbij vallen twee dingen op: ten eerste gaat het bij de reconstructie van etniciteit deels om de specifieke cultuur van de regio, maar deels ook om het inheems zijn *an sich*. De band die speelde bestond uit indianen, maar wel uit Bolivia. Een week eerder was er in Otavalo een optreden van Robert Mirabal een indiaan uit de VS, die - op een mix van rock en traditionele muziek - zong over thema's als de bevrijding en rechten van de 'echte volken van het land' en de kracht van indianen. Dat ze zich identificeren met andere inheemse volken wereldwijd, blijkt ook uit veel gesprekken waarin mensen vragen stellen over inheemse volken in Europa; sommige weten niet wat Duitsland is, maar wel dat er zoiets als Kelten bestaat. Bij de reconstructie van de Otavaleense etniciteit zijn 'anderen' belangrijk. De Otavlos trekken een grens tussen zichzelf en 'anderen' door te focussen op inheemse oorsprong. Daarbij gebruiken ze - soms wel en soms niet - andere inheemse volkeren om zich mee te identificeren. De eigenschappen en grenzen van hun etnische groep, worden dus door henzelf geconstrueerd, en kunnen verschillen per situatie. Het tweede punt dat opvalt is de groeiende inmenging van moderne invloeden zoals reggae en rock waarmee een nieuw gebied tussen traditioneel en eigentijds betreden wordt, waar niet iedereen het onvoorwaardelijk mee eens is.

Invention of tradition

“De regio wordt steeds moderner. Dit is goed, omdat we daarmee onze plek in de wereld(economie) zeker stellen, en een goede toekomst tegemoet gaan. Maar daardoor zijn velen ook steeds minder bezig met hun cultuur; de jongeren willen de taal niet meer leren, omdat ze liever Engels spreken, ze lopen rond in moderne kleding en zijn alleen maar bezig genoeg geld te verdienen om een auto te kunnen kopen, zodat ze met het volume op tien kunnen luisteren naar hiphop en reggae. Veel tradities – zoals dansen voor Imbabura en het reinigingsritueel bij de waterval voor het huwelijk - gaan verloren, omdat ze niet meer uitgevoerd worden.”³⁶

Estela, die er geen probleem mee heeft, over te schakelen van weefproducten op sieraden uit de Dominicaanse Republiek, als ze hiermee meer geld kan verdienen, is tegelijkertijd bang dat haar volk hun cultuur verliest. Dit geeft de overweging weer tussen de waarde van geld en de

³⁶ Estela Moran, 19 maart 2009, Illuman

waarde van gemeenschap, die ook in het vorige hoofdstuk besproken is. Jongerencultuur is hierbij – net als in elke andere gemeenschap wereldwijd – een discussiepunt.

‘Overall in de stad en in Peguche hangen de posters voor La Fogata – “un espectáculo multicultural” volgens Christiana een vriendinnetje uit Venezuela. Bij binnenkomst word ik door haar verwelkomd, ze is gebodypaint als bloem en verdeelt op een sierlijke manier bloemblaadjes, terwijl ze mensen iets moois toewenst. Er hangen allerlei kunstwerken, de meeste van Otavalos in traditionele settings, maar ook een aantal eigentijdse stukken. Buiten zijn allerlei zitmogelijkheden gemaakt van hout en branden een aantal vuurtjes van eucalyptusbladeren, die een heerlijke typische geur verspreiden. Er staat een podium waarop verschillende groepen jongeren uit de regio traditionele dans, theater en muziekstukken ten tonele brengen. Om een uur of tien worden we naar binnen geroepen voor een schildervoorstelling, waarbij drie meisjes – een blanke, een indiaanse en een negerin – gebodypaint worden door een aantal kunstenaars. Een paar uur later wordt iedereen nog een keer vriendelijk verzocht naar binnen te gaan voor een ‘hiphop indígena’ optreden van Los NiN. Ze worden aangekondigd met: “De wereld verandert snel en wordt steeds multicultureler. We hoeven hiervoor onze ogen niet sluiten, maar we kunnen wel oppassen dat we in het proces onze cultuur en identiteit niet verliezen. Daarom moeten we onze cultuur manifesteren door globale invloeden naar eigen hand te zetten en er onze eigen invulling en betekenis aan te geven.”³⁷

Waar de Boliviaanse band die optrad tijdens Runa Kay één nummer ten gehore bracht, waarin ze zochten naar de fusie tussen traditioneel en eigentijds, staat La Fogata helemaal in dit teken. Het evenement richt zich in zijn totaliteit op de nieuwe mogelijkheden die ontstaan bij het manifesteren van inheemse traditie op een moderne manier. Hierbij worden globale invloeden opgenomen in de lokale cultuur, zodat ze de etnische identiteit ondersteunen in plaats van afbreken. Daardoor worden nieuwe trends gezet en tradities uitgevonden. Voor mensen zoals Estela die niet meer in deze ontwikkeling zitten, kan dit verontrustend overkomen omdat ze de nieuwe vormen niet begrijpen. Maar jongeren in Otavalo hebben - net als jongeren overal ter wereld – behoefte aan een identiteit die net anders is dan die van hun ouders, zoals Los Nin het zeggen: “*Nuestra cultura está viva, es real y se transforma. No somos solo parte de la historia, no somos parte de un museo, no somos un artefacto, somos real, estamos aquí!*” Dat betekent echter niet, dat ze zo omgaan met alle aspecten van hun cultuur, ook jongeren maken verschil tussen – in hun geval – de waarde van nieuwe ontwikkelingen en de waarde van gemeenschap.

³⁷ Veldwerknootities 20 februari 2009, Peguche

De intimiteit van de lente equinox

‘In de zaal beneden zijn Santy, Ali, Inti en een aantal anderen al weken bezig de voorstelling van vanavond voor te bereiden. De hele zaal hangt vol met verschillende lagen schilderijen, die allemaal te maken hebben met pachamama (moeder natuur). Voor de voorstelling van die avond is een handjevol bekenden uitgenodigd; directe familie en vrienden van de jongens. Ze willen door het stuk aan hen laten zien wat hun beeld is bij de lente equinox en deze gelegenheid vieren met de mensen die het dichtst bij hen staan. De volgende dag blijkt dat ze samen daar geslapen hebben en de rest van de dag een Pacha Manka (aarde kookpot) ritueel gaan doen met *taita* Manuel, omdat ze van hem willen leren over de betekenis van het ritueel en de band met pachamama. Eerst maken we een houten platform met daarop een heleboel stenen. Deze worden weer bedekt met hout en droge bladeren. Als het vuur brandt, roept *taita* alle aanwezigen bij elkaar en nadat we een kring hebben gevormd, begint hij te vertellen over de betekenis van deze dag. Het is een moment van evenwicht op aarde, waarop we ook met onze eigen balans bezig kunnen zijn. Hij vraagt ons allemaal twaalf keer diep in te ademen door onze neus, om alle positieve energie naar binnen te zuigen en een verbinding met de energie van moeder aarde te maken. We moeten door onze mond weer uitademen, om alle negatieve energie te laten gaan. Ook legt hij uit dat voeding een van de belangrijkste ingrediënten is voor een gebalanceerd leven en een gezonde energie. Daarom is dit een heel geschikt moment om de Pacha Manka te houden en op die manier moeder aarde te eren. Als de stenen heet genoeg zijn, verzamelen we het eten – aardappels (zoete en gewone), wortels, allerlei soorten bonen en erwten, maïskolven, ananas, banaan en vlees (gewikkeld in grote bloemkoolbladeren) – en stoppen alles samen in een kuil in de grond, die we bedekken met een deken en aarde. Een uur later is het eten klaar, het eerste bordje begraven we voor pachamama, en iedereen bedankt haar voor al het eten. Daarna nemen we elkaars handen en bidden voor een vruchtbare tijd en eventuele persoonlijke kwesties. En dan is het smullen geblazen!’³⁸

Deze jongens (dezelfde die naar La Fogata gingen, rondlopen in spijkerbroeken en naar reggae en hiphop luisteren) gebruiken de gelegenheid om van *taita* Manuel te leren over de traditionele cultuur, omdat ze het belangrijk vinden meer te weten te komen over hun *roots*. Door de ervaringen van het weekend te delen met een beperkt groepje mensen, laten ze zien dat ze snappen dat deze bezigheden belangrijk zijn voor hun gemeenschap. Jongeren zijn heel actief bezig hun identiteit te vormen en voor zichzelf te bepalen waar ze wel of niet bijhoren. De activiteiten die deze jongens ondernemen tijdens de lente equinox laten zien dat ze proberen vast te stellen hoe ze aspecten van de cultuur van hun (voor)ouders kunnen

³⁸ Veldwerknootities 22 maart 2009, Peguche

gebruiken om hun eigen identiteit te vormen. Ze onderscheiden zich van hun ouders, door te reageren op allerlei moderne trends en ontwikkelingen op bijvoorbeeld het gebied van mode en muziek. Maar tegelijkertijd zijn ze op hun eigen manier bezig invulling te geven aan hun inheemse etniciteit.

Ook als het gaat om het manifesteren en doorgeven van cultuur, grijpen de Otavalos hun kansen. Ze gebruiken de samenkomst van carnaval en het voetbal toernooi, om hun etniciteit te bevestigen en met de wereld te delen. Hier komt de ethos van de Otavalos weer naar voren, in de manier waarop verschillende aspecten van de cultuur gemanifesteerd worden. Zo is *Tumarina* ('s ochtends vroeg, geen centrale locatie, vooral mensen uit het dorp, traditioneel) veel intiemer dan bijvoorbeeld La Fogata (veel reclame, iedereen welkom, multicultureel). Dit heeft te maken met de doelgroep en de verschillende aspecten van de cultuur waar het om gaat. La Fogata is een feest van en voor jongeren, die al hun interesses en ideeën met elkaar delen en van daaruit nieuwe tradities maken, terwijl *Tumarina* een poging is van de gemeenschap om hun etniciteit te reconstrueren, door een oude traditie in ere te houden en door te geven. Deze twee gebeurtenissen laten ook zien dat de processen *invention of tradition* en *reconstructed ethnicity* plaatsvinden op verschillende niveaus en naast een reactie op toerisme ook gebeuren vanuit de gemeenschap zelf, als reactie op mondialiseringsprocessen.

Conclusie

Verschillende plaatsen op de aarde zijn op steeds meer manieren met elkaar verbonden. Mensen worden beïnvloed door ideeën en goederen die ver buiten hun leefomgeving ontstaan zijn. Door dit contact tussen verschillende culturen, verandert de wereld in razend tempo. Binnen de antropologie bestaan er verschillende manieren om te kijken naar de interactie tussen lokaal en globaal. Veel theorieën die een aantal jaren geleden ontstaan zijn, gaan er vanuit dat acculturatie de beste verklaring is voor veranderingen op lokaal niveau.

Het blijkt echter dat veel ontwikkelingen niet in eenzijdige schema's te vatten zijn. De categorieën toeristen die Cohen schetst bijvoorbeeld, zijn in Otavalo te herkennen, maar schieten te kort om de hele situatie accuraat te beschrijven. Het toerisme in Otavalo omslaat een complex geheel aan interacties tussen toeristen en bewoners die op heel verschillende niveaus plaatsvinden. Deze niveaus worden gevormd door wederzijdse verwachtingen, die op hun beurt weer zijn ontstaan uit een complexe wisselwerking van beelden en ideeën, die (over het algemeen) door derden geproduceerd zijn. Otavalos bieden producten en diensten aan waarvan ze – op basis van interesses van voorgaande bezoekers en globale trends - denken dat toeristen ze willen kopen en toeristen baseren hun verwachtingen op het beeld van de regio dat ze opgedaan hebben in reisgidsen of op internet. Het is niet zo dat alle toeristen door de Otavalos genadeloos uitgeknepen worden. Maar de Otavalos zijn ook geen weerloos inheems volk dat uitgebuit wordt door transnationale organisaties.

Het feit dat de Otavalos de touwtjes in eigen handen hebben, is deels te verklaren vanuit de geschiedenis van het volk. De koloniale tijd bracht de inheemse bevolking niet veel goeds, maar de Spanjaarden erkenden wel de vaardigheden van de entrepreneurs uit de regio. Ze zetten de Otavalos neer als voorbeeldige indianen en hielpen daarmee de wereldwijde bekendheid van hun handwerkkunsten en muziek op weg. Toen ze onder het juk van de haciënda's uit begonnen te kruipen, roken de marktgerichte Otavalos hun kansen en trokken er op uit om overal ter wereld op te treden en hun producten te verkopen. Ideeën voor de ontwikkeling van het toerisme werden veelal van dergelijke reizen meegebracht, waardoor men zich van binnenuit en op eigen voorwaarden aan kon passen. Dit maakte het mogelijk om gevoelig te blijven voor de vraag van de markt en snel te reageren op veranderingen en nieuwe trends, maar tegelijkertijd – steeds bewuster – bepaalde traditionele aspecten van de cultuur te behouden en uit te dragen.

Het toerisme in Otavalo bestaat voor de massa's marktbezoekers precies uit de tradities waarom de regio bekend staat, wat dat betreft klopt de beschrijving van MacCannell. Als het gaat om de verkoop van producten, worden bepaalde aspecten van de cultuur – voornamelijk handwerkspullen en muziek, zaken die al jaren worden gebruikt om geld mee te verdienen – inderdaad gecommunitiseerd; tradities worden uitgevonden en authenticiteit wordt gespeeld, als dat de verkoop van deze producten bevordert. De Otavalos reconstrueren daarvoor misschien in bepaalde situaties tijdelijk hun etniciteit om meer te verdienen, maar zijn zich bewust van het feit dat dit een verkoopstrategie is. De producten die voor toeristen aangepast worden, zijn niet hetgeen waarop de Otavalos hun etniciteit baseren. Daardoor kunnen ze hun betekenis niet verliezen, want het waren altijd al 'dingen' met voornamelijk economische waarde.

Dit geldt echter niet voor alle aspecten van de cultuur. Het blijkt dat er ook tradities bestaan, waarvan de waarde die ze hebben voor de gemeenschap, belangrijker is dan de potentiële economische waarde. Naarmate het om intiemere zaken gaat, wordt men geacht er subtieler mee om te gaan; dit betekent niet dat er helemaal geen bezoekers mogen zijn, maar wel dat niet zomaar iedereen welkom is, omdat mensen veel meer van zichzelf laten zien. Als mensen echt geïnteresseerd zijn om van elkaar te leren, verschuift het interactieniveau van een toneelstukje voor geld, naar een unieke gelijkwaardige interactie tussen verschillende culturen. Daardoor verliezen deze aspecten van de cultuur geen betekenis (of krijgen zelfs nog meer waarde) en ze blijven interessant voor echte geïnteresseerden.

Uit het voorgaande blijkt dat het creoliseringmodel een beter alternatief vormt om reacties van de Otavalos op mondialiseringsprocessen te verklaren. Doordat ze zich van binnenuit aanpassen, kunnen ze zelf controleren hoe dit gebeurt. Hierdoor gaan theorieën - zoals die van MacCannell – die gebaseerd zijn op het acculturatiemodel niet op. Dat betekent niet dat processen zoals de *invention of tradition* of *reconstruction of ethnicity* niet plaatsvinden. In de zoektocht naar een manier om hun etniciteit te behouden, terwijl ze steeds intensiever meedraaien in de mondialiserende wereld, worden door de Otavalos constant oude aspecten van de cultuur gereconstrueerd om contact te houden met hun *roots*. Tegelijkertijd ontstaan nieuwe tradities uit de ontmoeting met andere culturen. Hierbij blijkt dat voor henzelf een zelfde soort ethos geldt als voor toeristen en bepaalde aspecten van de cultuur meer dan andere open staan voor verandering.

Men kan niet tegenhouden dat er dingen veranderen en dit gebeurde (ook) in Otavalo al voor de komst van de eerste bus met toeristen. Het blijkt belangrijk dat mensen zich bewust zijn van wat er om hen heen gebeurt en wat ze van hun leven aan buitenstaanders willen laten zien. Culturele aspecten veranderen hoe dan ook, of ze nou aan toeristen ‘verkocht’ moeten worden, of gewoon een plaats moeten krijgen in de *ever changing world*. De manier waarop ze veranderen en de gedachte erachter bepalen de ‘nieuwe waarde’ ervan voor zowel de toeristen als de gemeenschap.

Literatuur

Anderson, Benedict

1991 *Imagined Communities*. London: Verso.

Appadurai, Arjun

2002 'Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy.' In: Inda, Xavier, Renato Rosaldo *The Anthropology of Globalization: a reader*. Oxford: Blackwell Publishing, pp: 46-64.

Barth, Frederik

1998 *Ethnic groups and boundaries*. Long Grove: Waveland Press.

Crick, Malcolm

1989 'Representations of International Tourism in the Social Sciences: Sun, Sex, Sights, Savings and Servility.' *Annual review of Anthropology*, Volume: 18, pp: 307-344

Cohen, Erik

1979 'Rethinking the Sociology of Tourism.' *Annals of Tourism Research*, Volume: 6, pp: 18-35.

Cohen, Erik

1988 'Authenticity and Commoditization in Tourism.' *Annals of Tourism Research*, Volume: 15, pp: 371-386

Corr, R.

2003 'Ritual, Knowledge and the Politics of Identity in Andean festivities.' *Ethnology*, Volume: 42 Issue: 1 (January 1, 2003), pp: p39, 16p

Field, L.W.

1994 'Who are the Indians? Reconceptualising Indigenous Identity, Resistance, and the Role of Social Science in Latin America.' *Latin American research review*, Volume: 29 Issue: 3 (July 1, 1994), pp: p237, 12p.

Graburn, Nelson

1983 'The Anthropology of Tourism.' *Annals of Tourism Research*, Volume: 10, pp: 9-33.

1989 'Tourism: The Sacred Journey.' In: Smith, *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, pp: 21-36

Hiwasaki, Lisa

1991 'Ethnic Tourism in Hokkaido and the Shaping of Ainu Identity.' *Pacific Affairs*, Volume: 73 Issue: 3, pp: 393-412.

Hobsbawm, Eric

1983 'Introduction: Inventing Tradition.' In: Hobsbawm and Ranger, *The Invention of Tradition*. Cambridge: Cambridge University Press, pp: 1-14.

Inda, Jonathan X., Renato Rosaldo

2002 *The anthropology of Globalisation, a reader*. Oxford: Blackwell Publishing.

- Korovkin, Tanya
2001 'Reinventing the Communal Tradition: Indigenous Peoples, Civil Society, and Democratization in Andean Ecuador.' *Latin American research review*, Volume: 36 Issue: 3 (2001), pp: 37-67.
- Kottak, Conrad
2006 *Anthropology. The Exploration of Human Diversity*. New York: McGraw Hill.
- Kyle, David
2000 *Transnational Peasants: Migrations, Networks and Ethnicity in Andean Ecuador*. Maryland: The John Hopkins University Press.
- Lema, German Patricio
1995 *Los Otavalos, Cultura y Tradicion Milenarias*. Quito: Abya Yala editing.
- MacCannell, D
1973 'Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings.' *American Journal of Sociology*, Volume: 79, Issue: 3 (1973), pp: 589-603.
1976 *The Tourist, a new Theory of the Leisure Class*. New York: Shoken.
1984 'Reconstructed Ethnicity Tourism and Cultural Identity in Third World Communities.' *Annals of Tourism Research*, Volume: 11 Issue: 3 (1984), pp: 375-391
- Mc Kean, Philip Frick
1977 'Towards a Theoretical Analysis of Tourism: Economic Dualism and Cultural Involution in Bali. In: In: Smith, Valene L., *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press. Pp: 93-108.
- Meisch, Lynn A.
2002 *Andean Entrepreneurs, Otavalo Merchants & Musicians in the Global Arena*. Austin: University of Texas Press.
- Mowforth, Martin, Ian Munt
2005 *Tourism and Sustainability: Development and Tourism in the Third World*. London: Routledge.
- Murphy, Peter E.
1987 *Tourism a Community Approach*. New York: Methuen.
- Nash, June C.
2001 'Globalisation and the cultivation of peripheral vision.' *Anthropology Today*, Volume: 17 Issue: 4 (August 2001), pp: 15-22.
- Nunez, Theron
1977 'Touristic Studies in Anthropological Perspective.' In: Smith, Valene L., *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press. Pp: 207 – 216.
- Salman, Ton, Annelies Zoomers
2003 *Imaging the Andes: Shifting Margins of a Marginal World*. Amsterdam: Aksant.

Sanabria, Harry

2007 *The Anthropology of Latin America and the Caribbean*. Boston, New York: Pearson.

Smith, Valene L.

1977 *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

Stronza, Amanda

2001 'Anthropology of tourism: Forging new ground for ecotourism and other alternatives.' *Annual Review of Anthropology*. Volume: 30 Issue: 1 (October 1, 2001), pp: p261, 23p

Weaver, H.

2001 'Indigenous Identity.' *American Indian Quarterly*, Volume: 25, Issue: 2 (march 1, 2001), pp: 240-255.

Wibblesman, Michelle

1995 'Otavalenos at crossroads: Physical and Metaphysical Coordinates of an Indigenous World.' *Journal of Latin American Anthropology*, Volume: 10, Issue: 1 (1995), pp: 151-185

Wilson

2004 'Indigenous Knowledge Recovery is Indigenous Empowerment.' *American Indian quarterly*, Volume: 28 Issue: 3/4 (June 1, 2004), pp: p359, 14p.

Windmeijer, Jeroen

2001 *De vallei van de reizende zon: Een studie naar de voorbeeldige indianen uit Otavalo, Ecuador*. Leiden: Universiteit Leiden.

Winn, Peter

2006 *Americas : The Changing Face of Latin America and the Caribbean*. Berkely: University of California Press.

[www.landenweb.net/ecuador](http://www landenweb.net/ecuador)

<http://www.unwto.org/index.php>

https://resourcesforhistoryteachers.wikispaces.com/file/view/south_america_pol98-sm.jpg

www.go-south-adventures.com/ecuador-map.htm

Bijlagen

Bijlage 1: Reflectie verslag

De eerste week was echt een ramp. Ik ging al niet met een lekker gevoel weg uit Nederland vanwege twijfels over mijn relatie en daarna ging alles alleen maar mis. Mijn vlucht van Atlanta naar Quito was gecancelled, in Quito werd in meteen gigantisch afgezet door de taxichauffeur, en het hostel waar ik geboekt had voor de dag ervoor was natuurlijk vol. Aangekomen in Otavalo voelde ik me totaal alleen en verloren en kon ik niemand verstaan terwijl ik zo graag met iemand wou praten. De familie waarbij ik de eerste weken verbleef deed echt geen moeite om zich enigszins verstaanbaar te maken dus dacht ik dat ik de taal nooit zou leren. Ik weet van andere reizen dat de eerste dagen zwaar kunnen zijn, maar het niet weg kunnen en het idee dat ik daar drie maanden moest blijven en dus ook niet de mogelijkheid het gezelschap op te zoeken wat ik nodig had maakte het toch wel nog wat moeilijker. Uiteindelijk hebben mijn lerares Spaans en twee lieve Duitsers die in het weekend ook in het hostel verbleven me een beetje uit dit gat getrokken en na 10 dagen kreeg ik mezelf zover dat ik maar eens begon aan het onderzoek. Ik weet nog dat ik met knikkende knieën bij het Casa du Turismo aankwam en waarachtig praktisch alles verstond wat er gezegd werd.

Vanaf dat moment ging alles steeds beter. Na twee weken besloot ik dat het genoeg was met de gastfamilie en ben in Aya Huma gaan wonen. Ik voelde me hier meteen thuis en vond in Mieke – de eigenaresse – een vriendin/moeder die me alleen door haar persoonlijkheid al enorm ondersteunde. Ik besloot al snel dat ik zo min mogelijk afspraken zou maken en beter gewoon bij mensen langs kon gaan als ik iets met ze wou bespreken, gezien het onderwerp (toerisme) waren de meesten hier wel aan gewend ze hebben het toch niet zo op afspraken. Ik vond deze manier van werken heel fijn. Sommige dagen had ik een vast plan omdat er iets speciaals te doen was, maar meestal stond ik lekker vroeg op om bij het ontbijt rustig uit te zoeken wat ik die dag eens zou gaan doen en dan gewoon te kijken wat hiervan wel of niet lukte. Al snel had ik een aantal plekjes gevonden waar ik me op mijn gemak voelde en begon ik me helemaal thuis te voelen in de regio. Ik heb een aantal vrienden gemaakt en juist door naast onderzoeker ook gewoon voor mezelf met bepaalde mensen om te gaan heb ik veel inzicht gekregen in de denkwijzen van mensen daar.

Het enige waar ik echt een hekel aan heb gekregen is mijn laptop. Iedere keer weer probeerde ik 's avonds dingen uit te werken maar vond niet genoeg tijd, waardoor ik mezelf meestal wel minstens een dag per week huisarrest gaf om alles bij te werken. En alsnog schoot tussentijdse analyse er bij in. Als ik weer op veldwerk ga zal ik zeker proberen dit beter bij te houden want toen ik er eenmaal aan begon bracht het veel structuur in mijn gegevens waardoor ik veel beter kon bepalen wat er nog gedaan moest worden en welke kant ik eigenlijk opwou.

Naast het onderzoeken heb ik door de vele ceremonies en rituelen enorm veel voor mijn persoonlijke ontwikkeling opgestoken. Ik heb het idee dat ik in die drie maanden drie jaar wijzer ben geworden en daarnaast veel gelukkiger ben met mezelf. Al in al kijk ik met veel plezier terug op het hele project, het was een ervaring die ik voor geen goud had willen missen.

Bijlage 2: Resumen en español

El mundo donde vivimos, se convierte más pequeño y más pequeño. Los procesos del globalization han distribuido imágenes, gente y culturas por todo el mundo. Por eso diversas culturas están en contacto directo y se influyen mutuamente. Turismo es un vehículo de contacto. En la última mitad del siglo pasado, el turismo se transformó en parte de la vida de mucha gente, y en este momento el turismo es responsable de la circulación de multitudes y de dinero a nivel mundial.

Los Otavalos que viven en el Andes en el norte de Ecuador son conocidos por sus artesanías, su música y otros elementos de la cultura indígena. Cada sábado el mercado de Otavalo es visitado por millares de turistas, que se han transformado en principal recurso económico para muchos Otavalos. Además de las masas que desaparecen tan pronto el mercado se cierra por la tarde, hay siempre algunos turistas que se quedan en el pueblo para un par de días más. Esta gente quiere conocer más sobre la cultura local. Los así llamados ‘etno-turistas’ buscan tener una experiencia directa de la cultura tradicional y la vivencia de cosas exóticas. Irónicamente ya por el sólo hecho de recibirlos, la comunidad que los recibe se moderniza y cambia. Sus ingresos y prácticas cotidianas se concentran en los turistas y al mismo tiempo tienen que decidir qué aspectos de esa vida cotidiana quieren compartir con los turistas. La comunidad deviene así hiper-consciente de sus propias costumbres y esta consciencia a su vez provoca más cambios. Esta tesis describe la manera en que los Otavalos han comercializado diversos aspectos de su cultura para venderlos a los turistas. Las consideraciones que hacen en este proceso son una indicación de la manera en que ellos tratan de mantener su identidad étnica, cuando al mismo tiempo buscan un lugar que ocupar en el mundo globalizado.

Hay diversas maneras en que los antropólogos miran la interacción entre lo local y lo global. La teorías más conservadoras están basadas en el concepto de la aculturación; la idea es que la cultura más débil se adaptará a la cultura más fuerte. Pero la situación en Otavalo demuestra que muchos procesos no pueden explicarse con esquemas unidireccionales. El turismo en esta región abarca un inmenso complejo de interacciones entre los turistas y los habitantes, que se dan a niveles totalmente diversos. Estos niveles son basados en las expectativas sobre el otro, que a su vez se basan en imágenes e ideas producidas por terceros - por ejemplo lo que se lee en una guía turística.

La historia explica en parte por qué los Otavalos logran mantener control sobre el desarrollo del turismo en su región. Este pueblo fue un pueblo de artesanos que viajaron a otros lugares

para vender sus mercancías. Cuando recuperaron su libertad después siglos de dominio colonial, se dispersaron por todo el mundo, para vender sus artesanías y música. De estos recorridos trajeron las ideas para el desarrollo del turismo en la región. Los Otavalos adoptaron esta nueva forma de mercado basándose en sus propios impulsos mercantiles. Esto les permitió reaccionar a los cambios en el mercado global, mientras que conservan el contacto con su propia cultura. En este proceso los Otavlos hacen una distinción entre los aspectos de la cultura que no tienen mucho valor porque son productos para vender ya hace muchos años, y los aspectos que son importantes por la vida cotidiana de la comunidad. Los vendedores cambian los productos anteriores y los manipulan con fines comerciales y de ganancia, pero cuando los Otavalos comparten aspectos de su cultura que son más íntimos, tienen más cuidado cual forasteros están invitado.

Esto demuestra que el modelo de la creolización sirve mejor para describir las reacciones del Otavalos a los procesos de la globalización. Las teorías que se basan en la aculturación - como la re- invención de la tradición y de la pertenencia étnica reconstruida - describen procesos que ocurren en Otavalo, pero son procesos mucho más complejos que lo que es implicado en estas teorías. Mientras los Otavalos buscan una manera de mantener su identidad étnica, y participan en el mundo globalizado, los indígenas constantemente reconstruyen aspectos de su cultura para guardar el contacto con sus raíces. Al mismo tiempo nuevas tradiciones nacen de la conexión con otras culturas.

No podemos parar el cambio, y esto sucedió en Otavalo antes de la llegada del primer autobús con turistas. Los Otavalos demuestran que es importante que la gente tome consciencia de los procesos por los que el mundo cambia. Así ellos pueden decidir qué parte de su vida y cultura están dispuestos a compartir con otros. Los aspectos de una cultura van a cambiar inevitablemente , no importa si es porque se los venden a los turistas o porque la comunidad misma tiene que responder a cambios en su propio ambiente. La manera en que cambian y los pensamientos detrás los cambios determinan el nuevo valor para la comunidad y sus visitantes.

English summary

The World we live in is getting smaller and smaller. Processes of globalization have spread images, peoples and cultures all over the world. Because of this different cultures more and more get into first hand contact and influence each other. One of the ways this happens is true tourism. This sector has taken an import place in many peoples lives in the last half a century since it spreads many people and their money over different areas of the earth.

The Otavalos who live in the northern Andes of Ecuador are known for their handicrafts, music and indigenous culture. Every Saturday the market is visited by thousands of tourists, who are the main economic resource for many Otavalos. Besides the masses who disappear again after the market is over, there's always some tourists that stay for a couple of days to get to know more about the local culture. These ethno tourists are usually looking for traditional – exotic - culture, but to receive them a community already changes. Their income and daily practices focus on the tourists and they are confronted with their culture because they have to think about the aspects they want to share with the tourists. This again can influence the way they see themselves and certain aspects of their culture. This thesis describes the way in which Otavalos have commercialized different aspects of their culture to be able to sell them to tourists. The considerations that they make in this process are an indication for the way they try to keep their ethnicity while searching for their place in a globalizing world.

There's different ways anthropologists can look at the interaction between local and global. Many theories that were written down some years ago are based on the concept of acculturation; the idea that the weaker culture will adapt to the stronger one. But situation in Otavalo shows that many developments can't be caught in one-way schedules. Tourism in this region comprises a complex whole of interactions between tourists and inhabitants which exist on totally different levels. These levels are shaped by expectations of the other, which are usually based on images and ideas produced by a third party – for example a travel guide. History partly explains why the Otavalos managed to keep control over the development of tourism in their region. They were always artisans who travelled around to sell their goods. When they regained their freedom after some centuries of colonial rule, they spread all over the world to market their handicrafts and music. From these travels they brought back ideas for the development of tourism in the region, which shows that they adapted to this new market from within. This enabled them to react at changes in the global market while consciously staying in touch with their traditional culture. Thereby they make a difference

between products that don't mean to much to them anyway because they were always produced for the market and cultural aspects that are meaningful for the community. The former are changed and manipulated as much as possible to make money, while people are supposed to be more subtle in sharing the latter with outsiders.

This shows that the model of creolisation fits better to describe reactions of the Otavalos to processes of globalization. Theories that are based on acculturation – like the invention of tradition and reconstructed ethnicity – describe processes that do happen in Otavalo, but they happen in a more complex way then described in the initial theory. While searching a way to keep their ethnicity, while partaking in the globalizing world, Otavalos constantly reconstruct aspect of their culture to stay in touch with their roots. At the same time new traditions come into being because of the connection with other cultures.

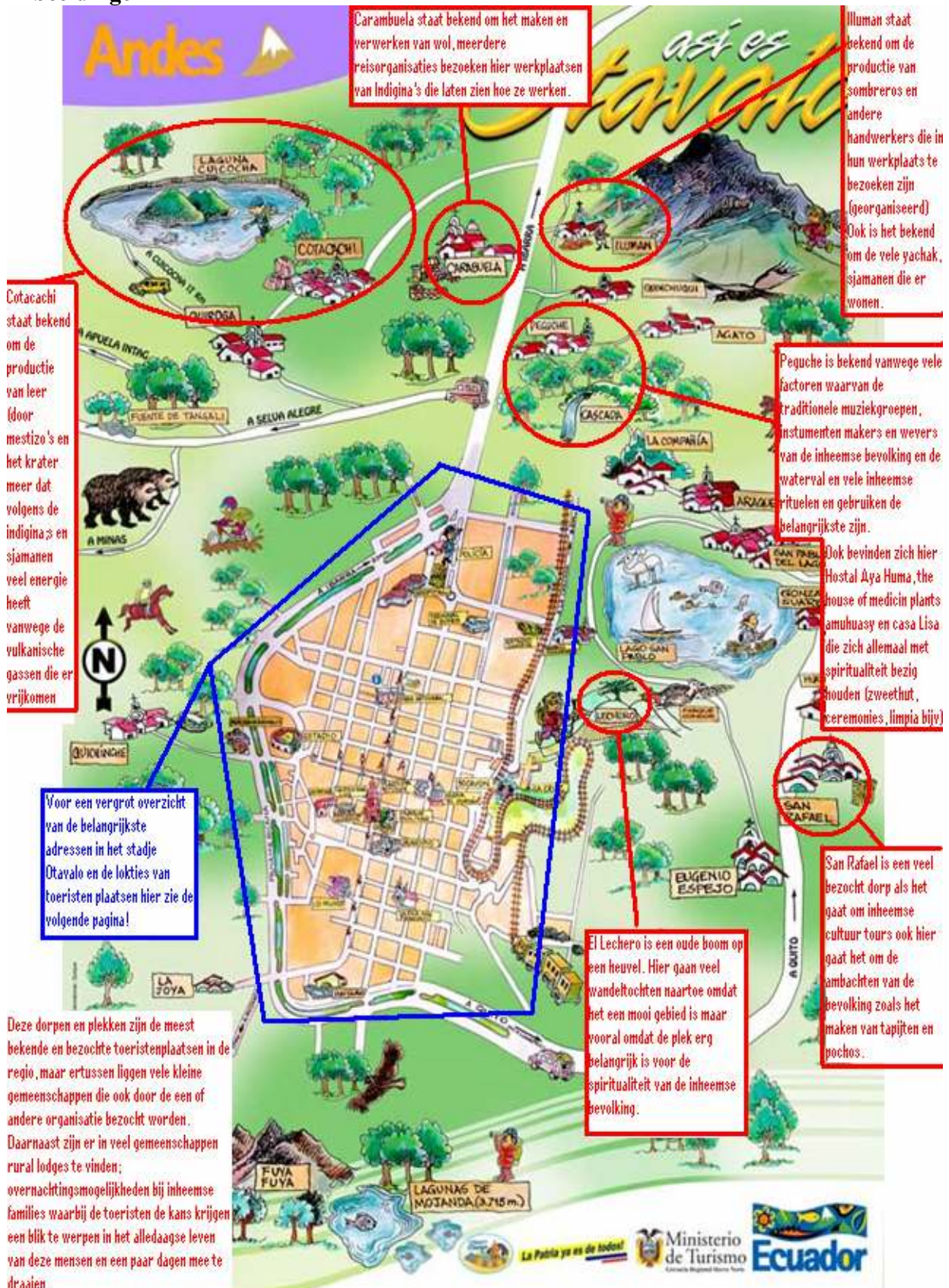
We can't stop things from changing, and this happened in Otavalo even before the arrival of the first bus with tourists. The Otavalos show that it is important for people to be conscious about the changing world around them so they can decide what part of their live and culture they are willing to share with others. Cultural aspect will change no matter what, whether they are sold to tourists or just fit to the ever changing world. The way they change and the thoughts behind it determine the new value for both the community and their visitors.

Bijlage 3: Verklarende woordenlijst

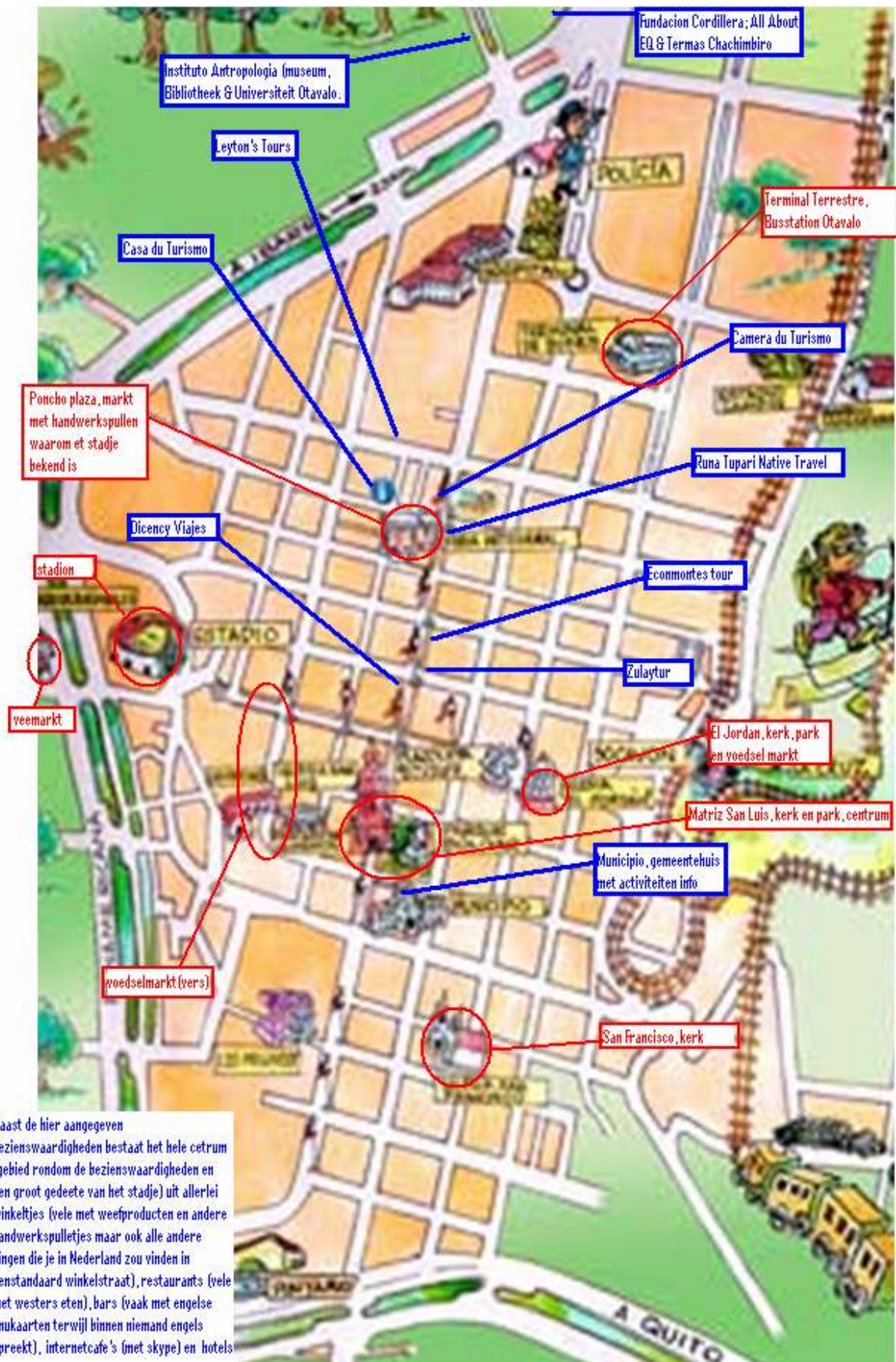
Aya Huma	Naam van het hostel waar ik verbleef. Quichua voor geesteshoofd, tijdens bepaalde feesten zet men een soort masker op dat dit geesteshoofd voorstelt.
Backpacker	Rugzaktoerist. Meestal rondtrekkende jongeren met een relatief krap budget.
Bodypaint	Kunstvorm waarbij op het lichaam geschildert wordt.
Casa du Turismo	VVV/bureau voor toeristeninformatie
Cotacachi	Hoogste vulkaan van de regio
Encomienda	Recht om mensen uit een bepaalde regio voor je te laten werken dat uitgegeven werd door de Spanjaarden vlak na de verovering van Latijns Amerika.
Floridamiento	Bloei
Fogata (la)	Naam van multicultureel jongerenfeest tijdens Pawkar Raymi, betekend (kamp) vuur
Going Native	Je helemaal aanpassen aan de samenleving die je bezoekt en daarbij eigen identiteit aan de kant zetten.
Hacienda	Groot grond bedrijf van Spaanse elite waarop ze inheemse bevolking lieten werken
Huasipungu	Systeem van (levenslang) werken voor grootgrondbezitter om schulden af te betalen
Ibarra	Hoofdstad van de provincie Imbabura en grootste stad in de regio
Iluman	Eén van de dorpjes die Otavalo omringen, bekend om de vele yachak die er wonen.
Imaginary Worlds	Idee van Appadurai dat gebaseerd is op de bekende Imagined communities theorie van Anderson. Deze gaat er vanuit dat (grotere) gemeenschappen in de eerste plaats gevormd worden doordat mensen zich kunnen voorstellen dat ze dezelfde activiteiten ondernemen als hun gemeenschapsgenoten. Waar Anderson dit betreft op natievorming, gebruikt Appadurai het om postmoderne gemeenschappen te beschrijven die geen vaste plaats kennen en zich over heel de wereld uit kunnen strekken.
Imbabura	Op één na grootste vulkaan in de regio en de naam van de Provincie
Indígena	Inheems persoon
Limpia	komt van het Spaanse woord limpiar – schoonmaken en staat voor een ritueel waarbij een sjamaan iemand energetisch reinigt en ontdoet van kwade energieën.

Lonely Planet	Bekende Reisgids
Mita	Belasting die de Spaanse overheersers van de inheemse bevolking eisten
Obraje	Weeffabriek gerund door Spaanse overheersers
Otavallo	Regio in Noord Ecuador waar het onderzoek heft plaatsgevonden
Otavalos	Inwoners van Otavallo
Pachamama	Pacha = aarde, mama = moeder; moeder aarde in het Quichua
Pacha Manka	Pacha = aarde, Manka = kookpot de naam van een ritueel waarbij eten bereid wordt in een gat in de grond.
Peguche	Eén van de dorpjes die Oavalo omringen en mijn verblijfplaats tijdens het veldwerk.
Quichua	Taal van de inheemse bevolking van het gebied, verspreid door de Inca's, maar wel verschillend van het Quechua dat in Peru en Bolivia gesproken wordt.
Quito	Hoofdstad van Ecuador
Reification	Proces waarbij een betekenisvol aspect van een cultuur gecommmercialiseerd wordt waardoor het een 'ding' wordt en zijn betekenis verliest.
Roots	Wortels; binding met afkomst/geboorteplaats/voorouders
Rosa Lema	Otavalena die in de jaren vijftig een diplomatieke reis naar de VS maakte om haar land en cultuur te promoten.
Runa Kay	Betekend 'wees indiaan' en is de naam van een feest tijdens Pawkar Raymi dat bedoelt is om inheemse muziek en etniciteit te manifesteren/delen/doorgeven.
Rural Lodge	Toeristenwoning bij een familie in een afgelegen boerengemeenschap waar toeristen kunnen deelnemen in het dagelijks leven van de familie.
Taita	Quichua voor oom of vader
Tumarina	Ritueel waarbij met behulp van bloemen en water voorspoed in de toekomst gewenst wordt.
Yachak	Traditionele genezers uit de regio Otavallo

**Bijlage 4:
Afbeeldingen**



1: De regio Otavalo met bezienswaardigheden



Naast de hier aangegeven bezienswaardigheden bestaat het hele centrum (gebied rondom de bezienswaardigheden en een groot gedeelte van het stadje) uit allerlei winkeltjes (vele met weefproducten en andere handwerkspulletjes maar ook alle andere dingen die je in Nederland zou vinden in een standaard winkelstraat), restaurants (vele met westers eten), bars (vaak met engelse enukaarten terwijl binnen niemand engels spreekt), internetcafe's (met skype) en hotels

2: Het centrum van Otavalo met bezienswaardigheden en tour operators



Foto 3: Het uitzicht; Imbabura



Foto 4: Aya Huma



Foto 5: Het generatieverschil bij Tumarina; moeder in klederdracht en zoon met zonnebril.



Foto 6: 'en een tumarina voor jou, het moge je goed gaan.'



Foto 7: Nando Manachi



Foto 8 & 9: Weefdemonstratie bij El Gran Condor



Foto 9: Blanca's reclameborden



Foto 10: ter vergelijking met Blanca; Geovannys(andere genezer) oase van rust



Foto 11: 6 uur 's ochtends en nog steeds wordt er in kringetjes gedanst door Los Nin en aanhang

Informatie over je scriptie

Gelieve dit formulier op te slaan, te wijzigen en samen met de digitale eindversie van je scriptie naar je begeleider te mailen. Voor vragen kijk op: <http://studion.fss.uu.nl/helpdesk/student/scrol>



Studentnummer: *	0445894
------------------	---------

Initialen & voorvoegsels: *	I.G.
Achternaam: *	Veldscholten
Opleiding: *	Liberal Arts & Sciences

Eventuele tweede student

Studentnummer:	
Initialen & voorvoegsels:	
Achternaam:	
Opleiding:	

Begeleider

Naam begeleider: *	Fabiola Jara Gomez
Naam evt. 2 ^e begeleider:	

Scriptie

Titel Scriptie: *	Moderne Pelgrims in de vallei van de reizende entrepreneurs, Een onderzoek naar culturele veranderingen ten gevolge van etnisch toerisme in Otavalo, Ecuador.
Taal Scriptie: *	Nederlands
Samenvatting:	<p>The World we live in is getting smaller and smaller. Processes of globalization have spread images, peoples and cultures all over the world. Because of this different cultures more and more get into first hand contact and influence each other. One of the ways this happens is true tourism. This sector has taken an import place in many peoples lives in the last half a century since it spreads many people and their money over different areas of the earth.</p> <p>The Otavalos who live in the northern Andes of Ecuador are known for their handicrafts, music and indigenous culture. Every Saturday the market is visited by thousands of tourists, who are the main economic resource for many Otavalos. Besides the masses who disappear again after the market is over, there's always some tourists that stay for a couple of days to get to know more about the local culture. These ethno tourists are usually looking for traditional - exotic - culture, but to receive them a community already changes. Their income and daily practices focus on the tourists and the are confronted with their culture because they have to think about the aspects they want to share with the tourists. This again can influence the way the see themselves and certain aspects of their culture. This thesis describes the way in which Otavalos</p>

have commercialized different aspects of their culture to be able to sell them to tourists. The considerations that they make in this process are an indication for the way they try to keep their ethnicity while searching for their place in a globalizing world.

There's different ways anthropologists can look at the interaction between local and global. Many theories that were written down some years ago are based on the concept of acculturation; the idea that the weaker culture will adapt to the stronger one. But situation in Otavalo shows that many developments can't be caught in one-way schedules. Tourism in this region comprises a complex whole of interactions between tourists and inhabitants which exist on totally different levels. These levels are shaped by expectations of the other, which are usually based on images and ideas produced by a third party – for example a travel guide.

History partly explains why the Otavalos managed to keep control over the development of tourism in their region. They were always artisans who travelled around to sell their goods. When they regained their freedom after some centuries of colonial rule, they spread all over the world to market their handicrafts and music. From these travels they brought back ideas for the development of tourism in the region, which shows that they adapted to this new market from within. This enabled them to react at changes in the global market while consciously staying in touch with their traditional culture. Thereby they make a difference between products that don't mean too much to them anyway because they were always produced for the market and cultural aspects that are meaningful for the community. The former are changed and manipulated as much as possible to make money, while people are supposed to be more subtle in sharing the latter with outsiders.

This shows that the model of creolisation fits better to describe reactions of the Otavalos to processes of globalization. Theories that are based on acculturation – like the invention of tradition and reconstructed ethnicity – describe processes that do happen in Otavalo, but they happen in a more complex way than described in the initial theory. While searching a way to keep their ethnicity, while partaking in the globalizing world, Otavalos constantly reconstruct aspects of their culture to stay

	<p>in touch with their roots. At the same time new traditions come into being because of the connection with other cultures.</p> <p>We can't stop things from changing, and this happened in Otavalo even before the arrival of the first bus with tourists. The Otavalos show that it is important for people to be conscious about the changing world around them so they can decide what part of their live and culture they are willing to share with others. Cultural aspect will change no matter what, whether they are sold to tourists or just fit to the ever changing world. The way they change and the thoughts behind it determine the new value for both the community and their visitors.</p>
Trefwoorden: (gescheiden door ;)	Culturele Antropologie; [Ecuador]; [etnotourisme, mondialisering]
Openbaar tonen: *	Ja
Of pas tonen na datum:	(dd-mm-jjjj)

Ingevuld op: * 24-06-2009

Door: * Inge Veldscholten

* = Verplicht in te vullen velden