

# ‘Soy más Cusqueño que una alpaca o coca’

Percepties van authenticiteit in mystiek en  
cultureel toerisme in Cusco



# ‘Soy más Cusqueño que una alpaca o coca’

Percepties van authenticiteit in mystiek en cultureel toerisme in Cusco



**Universiteit Utrecht**

Chris Bekker (3911004)

[c.a.m.bekker@students.uu.nl](mailto:c.a.m.bekker@students.uu.nl)

Mariska den Hartog (5519225)

[m.k.denhartog@students.uu.nl](mailto:m.k.denhartog@students.uu.nl)

Begeleider: Gijs Cremers

27-06-2018

Wordcount: 22.832

## Inhoudsopgave

Voorwoord	6
Inleiding	7
1. 1 Constructie van identiteit en etnische identiteit	12
1.1.1 Identiteitsconstructie	12
1.1.2 Etnische identiteit	13
1.2 Toerisme, identiteit en commodificatie	15
1.2.1 Visie op toerisme vanuit antropologie	15
1.2.2 Toerisme en identiteitsconstructie	15
1.2.3 Toerisme en commodificatie	16
1.3 Percepties van authenticiteit	18
1.3.1 Objectieve benadering van authenticiteit	18
1.3.2 Subjectieve benadering van authenticiteit	19
2. Context: toerisme in Cusco	21
2.1 Cultureel toerisme, het Inca-verleden en incanismo	22
2.2 Mystiek toerisme	23
3. Identidad inca, identidad cusqueña en toerisme	26
3.1 Inca-herleving, etnische identiteit en politieke situatie	26
3.2 Toerisme en het Inca-verleden	27
3.3 Identidad cusqueña	29
3.4 Dialoog tussen identiteiten in mystieke sector	30
3.5 Identidad turística	32
4. Authenticiteit in cultureel en mystiek toerisme	33
4.1 'Toeristisch' 'lokaal' en constructie van authenticiteit	33
4.2 Authenticiteit en experiential cultureel toerisme	36
4.3 Ayahuascaceremonies	37
4.3.1 Aanbod	39
4.3.2 Spiratualiteit	40

4.3.3 Sjamanen	42
4.3.4 Ayahausca als medicijn: zelfontwikkeling en spirituele cleansing	43
5. Authenticiteit vanuit de culturele en mystieke toerismesector	46
5.1 Kennis en authenticiteit	46
5.1.1 Discussie in de toerismesector	48
5.1.2 Pikanterias en la Cusqueña	49
5.2 Representatie etniciteit in mystiek toerisme	50
5.2.1 Cusco als mystieke bestemming	50
5.2.2 Agencias en de commerciële markt	51
5.2.3 Beeldvorming	52
5.2.4 Positie van de sjamaan	53
5.2.5 Expertise en concurrentie	53
5.2.6 Voorbereiding en ceremonie	54
6. Discussie en conclusie	56
6.1 Motieven voor toerisme	56
6.2 Identiteitsconstructie: identidad inca, identidad cusqueña en identidad turística	57
6.3 Authenticatie van identiteit in de toeristische sector	57
6.4 Authenticiteit vanuit toeristen in dialoog met lokale bevolking	58
6.5 Authenticatie in beide sectoren	60
6.6 Suggesties voor verder onderzoek	60
Bibliografie	62



Fig. 1 Kaart van Peru met daarop de grootste steden.  
<https://howtoperu.com/cities-in-peru/>

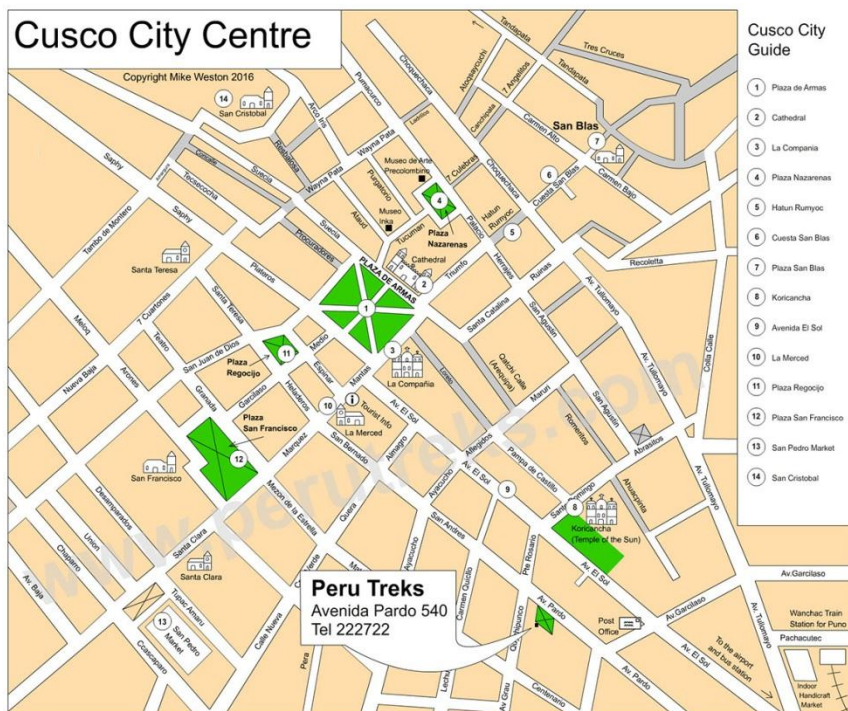


Fig. 2 Plattegrond van het historisch centrum van Cusco.  
[http://www.perutreks.com/cusco\\_map.html](http://www.perutreks.com/cusco_map.html)

## **Voorwoord**

Wij willen ten eerste graag al onze informanten bedanken voor alle interviews en gesprekken die we met ze hebben gehad, en de tijd die ze voor ons vrijgemaakt hebben in hun soms drukke schema. Wij willen graag Frouke en Koen bedanken die ons hebben geholpen bij het vinden van huisvesting. Ook willen we Koen bedanken voor het leggen van waardevolle connecties in het veld. Tot slot willen wij graag onze begeleider Gijs bedanken, voor zijn feedback tijdens het hele bachelorproject.

## **Inleiding**

*Het is 's middags, een uur of drie. De felle zon staat pal aan de hemel. In Calle Triunfo is het druk. Het geluid van toeterende auto's, schreeuwende straatverkopers en pratende mensen vult de smalle straat. Een man met een sombrero komt samen met een groepje mensen de straat in. Ze passeren een winkel van drie lokalen groot dat volhangt met souvenirs, sombrero's en truien van alpaca wol. Een vrouw komt naar buiten rennen als ze de groep ziet passeren. "Hola chicos, kom naar binnen! Wij verkopen kleding en doeken van echte alpaca wol!" Ze gaat de groep rond met een mandje vol alpaca sleutelhangers en ieder mag er een pakken. De gids is inmiddels verder gelopen en een paar meter verderop blijft hij opnieuw staan bij een grote muur. "Dit is la piedra de los doce ángulos", vertelt hij en wijst naar de muur, "dit was een heel belangrijke steen voor de Inca's." Van achter de groep komt ineens een man aanlopen. Hij draagt een helm en een brons gekleurd pak. In zijn hand heeft hij een grote staf. "Ik ben de grote Pachacutec, de eerste keizer van de Inca's!", roept hij en neemt plaats naast de muur. Fotocamera's en mobiele telefoons schieten uit tassen en broekzakken en bijna iedereen gaat met hem op de foto.*

*Aan het andere uiteinde van de straat, dat direct grenst aan het centrale Plaza de Armas, worden andere foto's geschoten. Inheems uitzierende vrouwen, gekleed in kleurige rokken en jurken en met een grote hoed op hun hoofd, lopen vanaf het plein de straat in. Ieder heeft haar eigen alpaca of lama, die naast hen loopt. "Una foto, amiga, una fotita," roepen ze tegen de voorbijgangers. Hun stem gaat op in het algehele lawaai van de straat. De gids en zijn groep passeren inmiddels een winkel waar van binnenuit panfluit muziek klinkt en een sterke geur van wierook de lucht vult. Boven de grote poort die ingang geeft tot de winkel, prijken de letters "Ayahuasca Retreat". Buiten voor de deur staat een mandje waarin kleine groene blaadjes liggen. Een klein bordje erbij zegt "Free coca leafs." "Hebben jullie al coca bladeren geprobeerd?", vraagt de tourguide. Velen in de groep schudden hun hoofd. De gids pakt vervolgens wat blaadjes uit het mandje en stopt ze in zijn mond. "Als wij ons niet lekker voelen of buikpijn hebben eten wij coca bladeren. Wij gebruiken coca als een traditioneel medicijn dat al eeuwenlang wordt gebruikt in de Andes. Ga maar naar de San Pedro markt, hier vind je allerlei vrouwen die deze bladeren en andere traditionele kruiden verkopen."*

Bovenstaande beschrijving schetst het straatbeeld van een willekeurige dag in Cusco, Peru. Het deel van het centrum rondom de Plaza de Armas is het toeristische hart van de stad. Op straat vindt men gidsen, straatverkopers, sjamanen en tal van reisorganisaties, die allen proberen zoveel mogelijk toeristen aan te trekken. Een van de manieren waarop dit wordt gedaan is door percepties van authenticiteit te creëren en in Cusco gebeurt dit specifiek in relatie tot identiteit. Vanuit de antropologie wordt het "authentieke" en pure vaak gelokaliseerd in relatie tot een exotische Ander of een ervaring met diens cultuur (Harkin 1995). Said (1978) liet met *Orientalism* zien hoe zo'n

representatie vaak een essentialistisch karakter heeft waardoor identiteit en cultuur op deze manier geconceptualiseerd worden tot een statisch en vaststaand object. Het antropologisch debat heeft zich echter in de loop der jaren ontwikkeld richting een constructivistisch perspectief dat zich richt op het proces van representatie en perceptie. Dit wordt vormgegeven door authenticiteit te benaderen als een authenticatie proces dat zicht richt op de constructie en totstandkoming van betekenissen in sociale processen tussen verschillende actoren (Olsen 2002). Deze actoren beslaan enerzijds hetgeen dat als authentiek wordt gepresenteerd, en anderzijds de actoren die een dergelijke presentatie tot zich nemen, bijvoorbeeld toeristen en bezoekers.

Het onderzoek voor deze thesis vond plaats in Cusco, Peru. Het toerisme in deze stad centreert zich rondom het “authentieke” karakter van de Inca’s en dit is dan ook de identificatie die wordt ingezet in de constructie van authenticiteit. In cultureel toerisme wordt dit op verschillende manieren toegepast, zowel op archeologische plekken als in dans en traditionele klederdracht (van den Berghe 2000). In relatie tot de mystieke toerismesector vormt de stad het decor waarin de toerist op zoek gaat naar zelfontwikkeling en spiritualiteit. In de gehele toerismesector staat zodoende de “authentieke” ervaring en de “traditionele” beleving van de lokale cultuur centraal (Hill 2007).

Internationale promotie door de overheid, verbeteringen in infrastructuur en “de ontdekking” van Machu Picchu hebben er onder andere voor gezorgd dat Cusco in de afgelopen eeuw is uitgegroeid tot een zeer toeristische stad. Silverman constateert hoe deze groei in internationaal toerisme in Cusco een spanning tussen de *global* en de *local* teweeg heeft gebracht (2012, 888). Waar toerisme cultureel verschil probeert te promoten – het vinden van de “authentieke”, lokale cultuur – heeft dit enkel tot gevolg dat de verschillen alleen maar kleiner worden (Vich 2007). De lokale “traditie” waarnaar de toerist op zoek is, wordt steeds meer ingebed in *global* discours dat het resultaat is van een constant veranderende dialoog tussen *host* en *guest*.

Het is dit spanningsveld dat centraal staat in deze thesis. Door te focussen op de constructie van percepties van authenticiteit in relatie tot etnische identiteit wordt onderzocht hoe de theoretische concepten van identiteit, toerisme en authenticiteit in de context van Cusco voortdurend met elkaar in relatie staan en hoe ze elkaars constructie en representatie wederzijds beïnvloeden. De centrale vraag van de thesis is: *Hoe worden etnische identiteit en percepties van authenticiteit in mystiek en cultureel toerisme geconstrueerd en onderhandeld door lokale actoren en toeristen in Cusco, Peru?*



Deze hoofdvraag is thematisch opgedeeld in vier deelvragen. De eerste vraag probeert een schets te geven van het aanbod van de toerismesector in Cusco. De vraag luidt als volgt: *Hoe ziet de (mystieke en culturele) toerismesector in Cusco er uit?* De tweede deelvraag richt zich op processen van identificatie en onderzoekt hoe etnische identiteit wordt geconstrueerd en onderhandeld. In de laatste twee deelvragen worden deze identiteitsconstructies gekoppeld aan het concept van authenticiteit. De derde deelvraag analyseert de manieren waarop percepties van authenticiteit tot stand komen onder toeristen. De laatste vraag bekijkt hoe vanuit het oogpunt van de toerismesector en de lokale bevolking een bepaalde representatie van authenticiteit wordt geconstrueerd.

Om deze vragen te kunnen beantwoorden hebben wij vanaf eind januari tot half april 2018 tien weken etnografisch onderzoek gedaan in Cusco onder buitenlandse toeristen, lokale gidsen, sjamanen en andere mensen werkzaam in de toerismesector. Hierbij hebben wij een onderscheid gemaakt tussen de culturele toerismesector en de mystieke toerismesector. Zodoende is gekozen voor een complementair onderzoek, door ons in de twee verschillende sectoren binnen dezelfde groepen actoren te richten op processen van identificatie en perceptie van authenticiteit. Door de bevindingen van deze twee sectoren naast elkaar te leggen hopen wij tot een beter begrip te komen van de motieven voor het gebruik van etnische identiteit in toerisme. Dit begrip geeft daarnaast inzicht in de verschillende manieren waarop identiteit in toerisme wordt onderhandeld om een perceptie van authenticiteit te creëren en hoe beide groepen hier betekenis aan geven.

In de culturele toerismesector is het onderzoek voornamelijk uitgevoerd aan de hand van de onderzoeksmethode van participerende observatie (DeWalt & DeWalt 2011). De groep informanten bestond namelijk vooral uit tourguides en toeristen, waardoor participerende observatie in de vorm van deelname aan Free Walking Tours in het centrum ons direct in contact bracht met zowel gidsen als toeristen. Een belangrijke informant was Jonatán, een bekende antropoloog die ook als gids werkt. Hij bracht ons in contact met diverse gidsen die dagelijks grote groepen ontvangen. Uiteindelijk hebben we zeven gidsen geïnterviewd. Daarnaast hebben we ook nog gebruik gemaakt van *hanging out* als onderzoeksmethode. We hebben actief rondgehangen op de talenschool van Bas en geparticipeerd in alle activiteiten hier werden georganiseerd. Op deze manier hebben we langzaam een sterk rapport opgebouwd met de leerlingen van de school. Uiteindelijk hebben we vijf toeristen geïnterviewd, waarvan we er vier via de school kenden.

De focus van het onderzoek in de mystieke sector lag voornamelijk op de ayahuasca ceremonies. De informanten waren zowel toeristen die deel hadden genomen aan een dergelijke ceremonie als mensen werkzaam in de sector. Deze laatste groep bestond voornamelijk uit sjamanen

en medewerkers van *agencias* gespecialiseerd in mystieke activiteiten en reizen. Tijdens het onderzoek in deze sector is voornamelijk gebruik gemaakt van *hanging out* als onderzoeksmethode (DeWalt & DeWalt 2011). De voornaamste reden hiervoor was het feit dat deze sector, in tegenstelling tot cultureel toerisme, een gesloten karakter had. Sjamanen wilden niet zomaar hun kennis prijsgeven en veel toeristen die hadden deelgenomen aan een ceremonie wilden deze ervaring liever voor zichzelf houden. Dit maakt ook wel dat er een mysterieuze en geheimzinnige sfeer omheen hangt en voedt het “mystieke” karakter van de sector. *Hanging out* is uitgevoerd door de vele verschillende *agencias* in de stad te bekijken, zowel in Cusco als in Pisac. Op deze manier kregen we een beter beeld van zowel het aanbod als de setting waarin bedrijven hun diensten aanbieden. Eveneens leidde dit tot veel informele gesprekken, waarin medewerkers van de *agencias* uitgebreid vertelden over hun diensten en daarnaast altijd flyers met informatie meegaven. De onderzoeksmethode van participerende observatie (DeWalt & DeWalt 2011) bleek lastig in deze sector omdat de activiteiten niet toegankelijk zijn mits je zelf deelneemt. De activiteiten hebben een gesloten karakter en velen vinden buiten de stad plaats. Om te mogen observeren tijdens deze activiteiten zou eerst een zeer sterk rapport opgebouwd moeten worden met de sjamaan en daar was deze onderzoeksperiode te kort voor. Toen het ontmoeten van sjamanen lastig bleek, hebben we er uiteindelijk voor gekozen om ook mensen werkzaam in het cultureel toerisme te benaderen en te vragen naar hun kijk op mystiek toerisme. Dit waren wel mensen waarvan we van tevoren wisten dat ze kennis hadden van de mystieke sector. Deze resultaten bleken interessant omdat ze op diverse punten verschilden met de visie van de sjamanen. Uiteindelijk hebben we zes diepte-interviews gehouden; drie met sjamanen en drie met mensen uit de culturele sector. Met betrekking tot de groep toeristen is het afnemen van semi-gestructureerde interviews de belangrijkste onderzoeksmethode geweest (DeWalt & DeWalt 2011). Op het begin was het lastig om informanten te vinden, voornamelijk omdat we niet wisten waar we moesten zoeken/hoe we met hen in contact moesten komen. Uiteindelijk hebben we via een sneeuwbaaleffect vier toeristen weten te vinden die hadden deelgenomen aan een ceremonie en hun ervaringen hierover wilden delen.

Deze gekozen kwalitatieve onderzoeksmethoden van participerende observaties (enkel in de culturele sector), *hanging out*, interviews en informele gesprekken sloten goed op elkaar aan. Vooral in relatie tot de culturele gidsen was het interessant om in de interviews dieper in te gaan op observaties uit de walking tour. Bij een onderzoek in de stad wordt het vaak lastiger geacht om rapport op te bouwen omdat je je informanten niet elke dag tegenkomt. Toch waren we beiden van mening dat dit ons onderzoek niet in de weg heeft gezeten. Vooral in de culturele sector bleken de mensen erg open en wilden graag meewerken.

Wij hebben van tevoren bij alle informanten duidelijk toestemming gevraagd om hun resultaten

anoniem te mogen gebruiken in deze thesis. In overeenstemming hiermee hebben wij in de gehele thesis enkel fictieve namen gebruikt.

Deze scriptie is opgebouwd uit meerdere delen. Ten eerste zullen in het theoretisch kader de centrale concepten van identiteit, toerisme en authenticiteit worden uiteengezet. In het daaropvolgende hoofdstuk zal worden laten zien hoe de actuele situatie in Cusco in dit theoretisch debat kan worden ingebed. Er wordt een schets van zowel de culturele als de mystieke toerismesector in Cusco en nabije omgeving gegeven. In de empirische hoofdstukken bespreken we achtereenvolgens de verschillende manieren waarop identificatie mogelijk is en hoe de constructie en onderhandeling hiervan in de toerismesector in Cusco in zijn werk gaat. Hierbij speelt vooral het inca-verleden een belangrijke rol. In de hoofdstukken hierna wordt gekeken hoe deze verschillende identificaties zich verhouden tot percepties van authenticiteit. Dit zal eerst vanuit het perspectief van de toeristen worden geanalyseerd en vervolgens vanuit dat van de toerismesector en lokale bevolking werkzaam in toerisme. In het laatste hoofdstuk wordt beargumenteerd hoe de specifieke context van Cusco kan worden gerelateerd aan een wereldwijde trend waarbij identificaties en percepties authenticiteit constant in dialoog worden onderhandeld.

## 1.1 Constructie van identiteit en etnische identiteit

(Mariska)

In representaties van authenticiteit van identiteit in toerisme speelt identiteitsconstructie een belangrijke rol. In deze paragraaf wordt uiteengezet hoe identiteit wordt geconstrueerd in interactie tussen individuen en groepen, maar ook in dialoog tussen verschillende groepen. De identiteitsconstructie vindt plaats als een onderhandelbaar proces wat door zowel individuen als groepen bewust op een bepaalde manier kan worden gepresenteerd. Ook etnische identiteit kan bewust worden ingezet: deze constructie vindt plaats op de grenzen waar groepen met elkaar in contact komen.

### 1.1.1 Identiteitsconstructie

De constructie van de identiteit van een individu vindt plaats in dialoog met de sociale omgeving. Allereerst leert iemand zichzelf te zien als een persoon met een identiteit. Giddens (1991) ziet identiteitsconstructie van een individu de instandhouding van een bepaald verhaal over je individualiteit tegenover anderen en jezelf. Deze constructie is dus een reflexief proces: in contact met anderen wordt dit verhaal onderhandeld, en het kan ook aan de context worden aangepast.

Ook Goffman (1959) ziet het contact met anderen als belangrijk element in de constructie van identiteit. Hij noemt identiteitsvorming een dialoog tussen het individu en de gedeelde cultuur. Volgens Goffman kan identiteit zowel bewust als onbewust geuit worden. Identiteit bewust op een bepaalde manier presenteren kan gebeuren als reactie op verwachtingen uit de omgeving. Op deze manier kan identiteitsvorming worden gezien als een proces tussen het individu en de gedeelde cultuur (1959, 2-3). Deze gepresenteerde realiteit hoeft voor een individu niet aan te voelen als inauthentiek: het kan door een individu ook worden beleefd als de realiteit (1959, 10). Uitingen van identiteit kunnen echter ook onbewust plaatsvinden. Bepaalde sociale rollen kunnen voor een individu zo vanzelfsprekend aan zijn gaan voelen dat hij zich onbewust gedraagt naar verwachtingen die bij die rol horen (1959, 3). Dit maakt het standpunt van Giddens wat genuanceerder: individuen zijn niet altijd rationeel en bewust bezig met hoe zij zichzelf aan de buitenwereld presenteren (Giddens 1991).

Zo kan dit ook werken in de identiteitsconstructie van groepen. Een groepsidentiteit kan worden geconstrueerd en gepresenteerd in dialoog met andere groepen.

Volgens Hall wordt een identiteit van een groep geconstrueerd door het ervaren van een gemeenschappelijke afkomst met een ander persoon of groep (1996, 2). Dit is niet iets vaststaands. Groepsidentiteit wordt zowel gevormd door het belang van geschiedenis, taal en cultuur in het verleden, als hoe dit wordt ingezet in het heden (1996, 4). Door globalisering komen mensen meer in contact, en juist in contact met groepen die anders zijn wordt een identiteit onderhandeld (1996, 4).

Daarnaast kan volgens Hall identiteit bewust worden gepresenteerd. Hij sluit zich hierbij aan op Goffman door te zeggen dat juist in presentatie van identiteit de constructie van identiteit plaatsvindt (1996, 13). Volgens Hall krijgen individuen door bij een bepaalde groep te horen zekere verwachtingen opgelegd. De manier waarop een individu omgaat met deze verwachtingen en deze identiteit presenteert laat zien dat de constructie van zowel groeps- als individuele identiteit met elkaar in dialoog plaatsvinden (Hall 1996, 14). Op deze manier identificeren mensen zich als behorende tot een bepaalde groep en uiten zij zich daar naar in presentaties van die identiteit (MacLeod and Carrier 2010, 13). Deze presentaties worden in dialoog met andere groepen geaccepteerd of niet (Jenkins 2014, 42).

Groepsidentiteit wordt dus geconstrueerd in interactie met het individu. Volgens Jenkins kunnen individuele identiteit en groepsidentiteit daarom worden begrepen als hetzelfde fenomeen, omdat ze in interactie met elkaar ontstaan (2014, 37-38). Een gemeenschappelijke afkomst of gemeenschappelijke idealen zijn aspecten waarmee individuen zich in relatie tot elkaar identificeren en zij kunnen daar vervolgens uitingen aan geven en zichzelf op een bepaalde manier presenteren. Het construeren van identiteit naar bepaalde verwachtingen kan dus een bewust proces zijn. Ideeën over groepsidentiteit worden vaak gebaseerd op de constructie van een gedeelde geschiedenis, zoals blijkt in de constructie van etnische identiteit.

### **1.1.2 Etnische identiteit**

Eriksen (2002) beschouwt de constructie van een gedeelde geschiedenis als belangrijkste aspect bij het concept etnische identiteit. In een etnische groep wordt een gevoel van afstamming en plaats gedeeld (Hall 1996, 2; Anderson 2006, 143; Barth 1998, 13). Deze afstamming kan zowel feitelijk als mythisch zijn (Eriksen 2002,1).

Ook bij de constructie van etniciteit speelt contact met anderen een cruciale rol. Grenzen van de groep worden namelijk geconstrueerd op basis van relaties tussen groepen die door zichzelf en elkaar als cultureel anders worden beschouwd (Eriksen 2002, 5; Jenkins 2014, 106).

Waar etnische groepen worden gecreëerd in contact met anderen, wordt deze identiteit ook geconstrueerd in relatie tot mensen die geen deel van de groep uitmaken (Eriksen 2002, 14).

Grenzen van de groep zijn dus belangrijk: in de onderhandeling van grenzen wordt bepaald wie 'wij' is en wie 'zij', wie er bij hoort en wie niet (Jenkins 2014, 87; Eriksen 2002, 23). Dit sluit aan op ideeën van Anderson (2006) als hij met het begrip *imagined community* beschrijft hoe er een gevoel van 'wij' kan ontstaan op groepsniveau. In een groep voelen mensen zich met elkaar verbonden, ook al zullen zij nooit iedereen ontmoeten die tot de groep behoort (Anderson 2006, 6). Waar precies de grenzen liggen van de groep en wie bij de groep hoort en wie niet wordt op verschillende aspecten gebaseerd, bijvoorbeeld gedeelde geschiedenis, taal en plek van afkomst (Barth 1998, 11). Grenzen

worden mede gevormd aan de hand van kenmerken die leden van de groep gemeen hebben, en daarmee verschillen van niet-leden (Jenkins 2014, 87).

Deze ideeën over etniciteit lijken etniciteit als een vaststaand, essentieel concept te beschouwen. Hall geeft echter aan dat bij de constructie van etniciteit niet de gedeelde geschiedenis het belangrijkste is, maar juist hoe deze gedeelde geschiedenis vandaag de dag wordt ingezet bij de constructie van identiteit (1996, 4). Ook volgens Eriksen wordt een geschiedenis vaak gebruikt bij het creëren van een identiteit en dus aangepast op behoeften van het heden (2002, 85). Jenkins stelt dan ook dat etniciteit onderhandelbaar is: het kan per situatie verschillen hoe etnische identiteit wordt gepresenteerd en geuit (2014, 124). Goffman gaat hierin nog een stapje verder door te stellen dat etniciteit als een *commodity* kan worden ingezet (Goffman in Hill 2008, 255). Een voorbeeld van een situatie waarin dit kan gebeuren is wanneer lokale bevolking in contact komt met toeristen. In de volgende paragraaf gaan we dan ook in op de manier waarop de interactie tussen deze groepen plaatsvindt, en hoe dit door essentialisering van identiteit tot een proces van Othering kan leiden.

## 1.2. Toerisme, identiteit en commodificatie

(Chris)

In de antropologie wordt toerisme vaak benaderd in relatie tot overkoepelende debatten van globalisering en mobiliteit. Ontwikkelingen op het gebied van transnationale economie, communicatie en infrastructuur hebben intensief contact en interactie tussen mensen over de hele wereld mogelijk gemaakt. Een belangrijk onderdeel in het debat van globalisering is niet enkel het feit dat er een versterkt proces van onderlinge verbondenheid plaatsvindt, maar juist ook dat men zich hier duidelijk van bewust is (Eriksen 2007, 4). Toerisme kan op deze manier worden gezien als zowel een kwestie van mobiliteit als een ontmoeting met andere culturen. In deze paragraaf zal daarom worden uiteengezet hoe het concept van toerisme in relatie staat met processen van identiteitsconstructie, representatie en commodificatie, en hoe deze zich onderling tot elkaar verhouden.

### 1.2.1 Visies op toerisme vanuit antropologie

In de antropologie kan het concept van toerisme uit meerdere perspectieven benaderd worden. Zo kijkt Urry voornamelijk naar de rol van de toerist als agent en zijn motivatie voor toerisme (Burns 1999, 32). Volgens hem hebben mensen toerist zijn aangeleerd, en is het bekijken van plaatsen, steden, gebieden en objecten op een toeristische manier een sociaal construct (Urry 2011, 2). Hij ziet de toerist dan ook als persoon die zich de regels en culturele gedragingen van het toerist-zijn heeft eigen gemaakt. Dit maakt echter het concept van toerist te essentieel: het laat weinig ruimte voor andere vormen van toerist zijn, die naast elkaar kunnen bestaan (Eriksen 2007, 100).

Een andere insteek betreffende toerisme kijkt dan ook naar de sociale relaties tussen toeristen en lokale bevolking op de bestemming. Cohen (1972) en Nash (1977) spreken beiden van deze *leisure-service distinction*, waarbij zij onderscheid maken tussen de posities van *guest* en *host*. De *guest* wordt gekarakteriseerd als iemand wiens reisdoel voornamelijk ontspanning is: de toerist. De positie van de *host* wordt ingenomen door de lokale bevolking en deze voornamelijk in dienst werkt van de *guest*. Op deze manier faciliteert toerisme een ontmoeting tussen verschillende sociale posities.

### 1.2.2 Toerisme en identiteitsconstructie

Op deze manier kan contact en interactie tussen verschillende culturele groepen als gevolg van toerisme wederzijds invloed hebben op het construeren van identiteit. Zoals beschreven in de vorige paragraaf, wordt identiteit altijd geconstrueerd en onderhandeld in relatie tot een bepaalde context en een bepaalde Ander. Edward Said introduceerde het concept van de Ander en Andersheid

in zijn werk *Orientalism* (1978) en legt hiermee uit dat door middel van beschrijvingen, representatie en gedrag een bepaald beeld wordt geconstrueerd van de culturele Ander. Said beschrijft hoe een dergelijk beeld vaak onder invloed van onderliggende machtsverhoudingen een inferieur beeld van de Ander weergeeft, dat in contrast staat met de manier waarop de dominante Zelf wordt gepresenteerd (Burns 1999, 165). Vanuit zijn theorie stelt hij dat een specifieke interpretatie van een bepaalde culturele groep op deze manier als een essentialistische identiteit kan worden beschouwd (Said 1978). Een dergelijke benadering van groepsidentiteit – bijvoorbeeld: alle Moslims zijn terroristen – sluit op geen enkele manier aan bij een dynamisch begrip van identiteit als een sociaal en fluïde construct dat tot stand komt in interactie en contact tussen mensen.

In de context van toerisme leidt een dergelijke distinctie tussen de Zelf en de Ander vaak tot een representatie en constructie van de lokale, niet-dominante culturele groep als de exotische Ander. Vooral de exotisering van deze identiteit die Said vooropstelt is van belang in de antropologische benadering van toerisme. Harkin stelt in zijn werk namelijk dat toerisme als doel heeft om representaties van de culturele en exotische Ander te construeren (1995, 667). Toerisme kan hier dan zowel bewust als onbewust een bepaalde culturele representatie van de Ander en zijn identiteit construeren. Daarnaast biedt het de toerist de mogelijkheid om deel te nemen aan deze cultuur van de Ander en deze zelf te ervaren.

### **1.2.3 Toerisme en commodificatie**

In zijn werk laat Shepherd (2002) zien dat deze distinctie tussen de Zelf en de Ander niet enkel op het gebied van identiteitsvorming plaatsvindt, maar ook invloed heeft op sociale posities van groepen. Hij schetst een verdeling tussen de lokale bevolking uit derdewereldlanden, en de toeristen, uit het Westen (2002, 185). Vanuit dit oogpunt borduurt hij verder op de *host-guest* verdeling door dit te koppelen aan wat Turner en Ash (1975) eerder als cultureel imperialisme benoemden. Dit idee komt voort uit een post-koloniaal discours dat toerisme vooral als een negatieve factor ziet voor de lokale bevolking en hun cultuur, doordat zij op financieel gebied afhankelijk worden en in dienst staan van toeristen. Op deze manier vindt er een proces van commodificatie van cultuur plaats, waarin objecten en rituelen die eerst vooral intern waren en een speciale lokale betekenis hadden, worden opengesteld voor *outsiders* (Shepherd 2002, 187). Op deze manier kan, afhankelijk van de context, telkens een nieuwe betekenis worden onderhandeld en geconstrueerd, die enkel en alleen wordt gebruikt ten behoeve van de consumptie van toeristen (Burns 1999, 60). In de toerismesector is dit proces te zien in de manier waarop cultuur en identiteit worden verheven tot een representatie die men kan meemaken en ervaren. Cultuur wordt dan beschouwd als een object wat men wilt hebben en beleven in plaats van dat er onder de toeristen sprake is van een oprechte interesse in de lokale en culturele tradities (Shepherd 2002, 185).



Het werk van zowel Burns (1999) als Shepherd (2002) stelt dat de aanpassing van de lokale bevolking aan de wensen van toerisme tot een fragmentatie van cultuur kan leiden, waarbij de betekenis van deze aspecten verandert of zelfs verloren gaat (Cohen 1988, 372). Het is hier dat vaak een connectie wordt gemaakt met het concept van authenticiteit. Volgens Shepherd wordt een oorspronkelijke culturele betekenis, onaangetast door toerisme, vaak als authentiek beschouwd, omdat het uitgaat van de veronderstelling dat een bepaalde cultuur verbonden is met een bepaalde plek en een bepaald volk (2002, 190). Het is dit beeld dat als een interessante representatie wordt gezien voor de toerist, omdat het het pure en ongerepte presenteert. In de volgende paragraaf zal daarom worden bekeken op welke manieren het antropologisch debat het concept van authenticiteit benadert en hoe verschillende percepties ervan tot stand komen.

Zoals in de vorige paragraaf uiteengezet is, wordt er in toerisme een bepaalde representatie van een identiteit geconstrueerd. Deze representatie wordt vaak gedefinieerd op basis van een notie van authenticiteit. Het concept van authenticiteit is een begrip dat een belangrijk maar ook problematisch vraagstuk beslaat binnen de antropologie. Deel van die problematiek komt voort uit de moeite waarmee het concept zich laat definiëren. Pogingen tot een duidelijke beschrijving hebben auteurs doen besluiten dat een juiste antropologische definitie zowel onmogelijk als irrelevant is (Theodossopoulos 2013).

#### 1.3.1 Objectieve benadering van authenticiteit

Zoals Zhu (2012) in haar werk beargumenteert, wordt er in de literatuur omtrent authenticiteit voornamelijk een onderscheid gemaakt tussen een objectieve, essentialistische benadering en een constructivistische, subjectieve blik. Waar de essentialistische benadering authenticiteit beschouwd als een gegeven en vaststaand object, daar heeft de constructivistische blik veel meer ruimte voor dialoog en interpretatie.

De visie van Dean MacCannell (1973) wordt vaak gerekend tot de objectieve en essentialistische benadering van authenticiteit. In zijn werken over authenticiteit in relatie tot toerisme zet hij het concept van *staged authenticity* uit aan de hand van de theorie van Erving Goffman (1959). Zijn theorie betreffende de distinctie tussen de *front* en *back stage* gaat in op de wisselwerking tussen sociale relaties en performance in verschillende sociale domeinen (MacCannell 1973, 1976). Goffman karakteriseert de *front region* als de ontmoetingsplek tussen de verschillende soorten actoren, zoals guest en host, waarbij de *back region* wordt gezien als de ruimte waar men "zichzelf" is en zich vrij van zijn sociale identiteit en hiermee gepaard gaande verwachtingen kan bewegen. De *back region* presenteert hier dan de pure context waarin een situatie plaatsvindt, zonder dat deze beïnvloed is door sociale betekenisgeving en externe factoren. Een dergelijke essentialistische visie gaat zodoende alleen uit van het "authentieke" object zelf en staat daarom in het antropologisch debat voornamelijk bekend als de *object-related* benadering (Olsen 2002, 164).

Voortbordurend op deze distinctie tussen de regio's van Goffman, ontwikkelt MacCannell het idee van *staged authenticity*. Waar hij de zoektocht naar authenticiteit als het belangrijkste motief voor toerisme ziet, daar lokaliseert hij dit "authentieke" vanuit een *object-related* benadering in de *back region* (MacCannell 1976, 99). In zijn werk zet hij echter uiteen hoe de toerist nooit tot deze *back region* zal kunnen toetreden, maar altijd alleen een representatie van authenticiteit zal vinden in een *staged back region* die enkel een constructie vormt van de echte *back region*. MacCannell veronderstelt hiermee dat authenticiteit een op zichzelf bestaande en vaststaande conditie is die in

bepaalde contexten kan worden gevonden. Van de Port laat zien dat een dergelijke essentialistische visie met betrekking tot de constructie van de Ander in toerisme problematisch wordt, omdat er zo geen identificatie met de Ander kan plaatsvinden en de “authentieke” *back region* dus nooit betreden kan worden (Van de Port 2005, 174).

### 1.3.2 Subjectieve benadering van authenticiteit

Vandaar dat, in plaats van te focussen op een bepaalde definitie of verwoording, het antropologisch debat zich heeft ontwikkeld in de richting van een constructivistisch perspectief, dat niet zozeer probeert een definitie van authenticiteit te creëren, maar zich eerder bezighoudt met een proces van representatie en perceptie. Dit wordt vormgegeven door authenticiteit te benaderen als een authenticatie proces dat zich richt op de constructie en totstandkoming van betekenissen in sociale processen tussen verschillende actoren (Olsen 2002). Dit betreft enerzijds hetgeen – een object, cultuur of bevolkingsgroep – dat als authentiek wordt gepresenteerd, en anderzijds de actoren die een dergelijke presentatie tot zich nemen, bijvoorbeeld toeristen en bezoekers. Op hetzelfde niveau speelt de situatie eveneens een bepalende rol, omdat de representatie wordt vormgegeven door de sociale context en relaties die op dat moment van toepassing zijn (Cohen 1988; Theodossopoulos 2013). Op deze manier vindt er zodoende een constante dialoog plaats tussen het eigenlijk wel of niet authentieke object en de betekenis die deze krijgt in verschillende situaties, afhankelijk van om welke activiteit of handeling het gaat en welke actoren onderdeel uitmaken van de situatie.

Zoals Olsen laat zien wordt een vaste perceptie of interpretatie van authenticiteit in een bepaalde context door meerdere auteurs verworpen (2002, 162). Cohen bespreekt dit constructivistisch proces aan de hand van de *invention of tradition* (1988, 380). Met deze term legt hij uit hoe bepaalde objecten en gebruiken, die vanuit een *objected-related* benadering niet als authentiek worden beschouwd, in loop van tijd toch deze status kunnen verwerven. Zoals hij in zijn artikel stelt, ontwikkelt dit proces zich vaak van toeristen naar lokale bevolking. Cohen bedoelt hier dat de toeristen meestal de eersten zijn in het construeren en toeschrijven van een bepaalde perceptie van authenticiteit aan een gebruik, waarna dit uiteindelijk zelfs door experts als dusdanig geïnterpreteerd kan worden (1988, 379).

Zoals volgt uit de hierboven genoemde inzichten uit het debat van authenticiteit in de antropologie, zijn er meerdere manieren om dit vorm te geven. Waar vanuit essentialistisch oogpunt naar authenticiteit als een vaststaande en gegeven conditie wordt gekeken, daar opteert de constructivistische benadering voor een notie van authenticiteit als een perceptie dat door iedereen in elke situatie op een andere manier geconstrueerd kan worden. Zoals Olsen (2002) stelt, betreft het hier niet alleen de perceptie zoals die door de toeristen wordt geconstrueerd, maar ook door de

lokale bevolking zelf. In relatie tot eerder besproken processen van globalisering en toerisme en het contact en identiteitsconstructie die daarmee gepaard gaan, mag men concluderen dat een begrip van authenticiteit als een op zichzelf staand iets dat in een bepaalde context kan worden gevonden niet op gaat. Niet alleen blijkt deze visie onhoudbaar in moderne uitingen van toerisme, maar is daarnaast eveneens in strijd met de antropologische visie die zowel culturen als identiteiten als fluïde constructen beschouwd.

Cusco ligt in het zuiden van Peru in het Andesgebergte, heeft zo'n 435.000 inwoners en is daarmee de zevende grootste stad van Peru qua inwoneraantal.<sup>1</sup> In dit hoofdstuk zal worden ingegaan op Cusco als toeristische bestemming in de culturele en mystieke sector. Ten eerste zal er worden ingegaan op hoe Cusco gepromoot wordt en wat deze stad tot een toeristische bestemming maakt. Vervolgens wordt gekeken naar Cusco als cultureel toeristische bestemming en Cusco als mystiek toeristische bestemming.

Sites met toeristische informatie als Tripadvisor en Lonely Planet beschrijven Cusco als 'Cosmopolitan Inca capital', 'Incan majesty and Andean baroque' en 'a mix of Inca en Spanish architecture'.<sup>2</sup> Ook door PROMPERÚ, een organisatie van de overheid die zich bezig houdt met het presenteren van Peru als toeristische bestemming, wordt Cusco neergezet als inca-hoofdstad: 'the Inca jewel built with the wisdom of the ancient Peruvians in an ecological environment. Cusco really is the birthplace of the world!'<sup>3</sup> Dit presenteren van Cusco als echte Inca-bestemming wordt ook door de staat gedaan om economische redenen, toerisme is namelijk één van de belangrijkste inkomstenbronnen in de stad (Hill 2007, 441).<sup>4</sup> Mede door deze presentaties staat Cusco bij toeristen dus vooral bekend als oude inca-hoofdstad, en daarmee als beginpunt voor een tocht naar Machu Picchu (Hill 2007, 433). Sinds 'de ontdekking' van deze ruïne in 1911 komen er steeds meer toeristen naar Cusco (Van den Berghe 2001, 100; Silverman 2013, 130). Zeker vanaf de jaren zestig groeide de toeristische sector in Cusco enorm omdat er een vliegveld kwam, waardoor Cusco makkelijker bereikbaar werd (Van den Berghe 2001, 100-101; Silverman 2013, 134; Hill 2007, 436). De keuze voor Cusco als reisbestemming kent vele verschillende motivaties, zoals *adventure* toerisme, mystiek toerisme en ecotoerisme (van den Berghe 2001).<sup>5</sup> Eén van de belangrijkste redenen voor toerisme in Cusco is toch wel de Inca-architectuur en cultuur (Van den Berghe 2000, 20). Volgens het *Ministerio de Cultura* van Peru bezochten in het jaar 2017 zo'n 1,4 miljoen mensen Machu Picchu, en werden er bijna 1 miljoen *boletos turísticos* (ticket dat nodig is voor het bezoeken van ruïnes rondom Cusco) verkocht.<sup>6</sup> In 2016 bezochten bijna 2 miljoen buitenlandse toeristen Cusco.<sup>7</sup> Veel van deze toeristen

---

<sup>1</sup> INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática), 'Población total al 30 de junio de cada año, según sexo y grupos de edad'.

<sup>2</sup> [www.lonelyplanet.com/peru/cusco](http://www.lonelyplanet.com/peru/cusco). [www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com) 'Cusco, Peru'.

<sup>3</sup> Promperu. 'Cusco', juni 2018.

<sup>4</sup> Interview met Frederico, 31-03-2018.

<sup>5</sup> Interview met Frederico, 31-03-2018.

<sup>6</sup> MINCETUR, Estadística de Turismo, 'Llegada de visitantes a sitios turísticos, museos y áreas naturales protegidas por el Estado'.

<sup>7</sup> Dircetur (Dirección regional de comercio exterior y turismo Cusco), 'Boletín Estadístico de Turismo 2016'.

komen naar de stad om het Inca-verleden en aspecten uit de Inca-cultuur te beleven en ontdekken (Van den Berghe 2000, 7). In deze scriptie maakt dit onderdeel uit van 'culturele toerismesector'.

## 2.1 Cultureel toerisme, het Inca-verleden en *incanismo*

Cultureel toerisme is een nogal breed begrip, want wat is precies 'cultureel'? Volgens McKercher (2002) zijn culturele toeristen geen homogene groep. Er valt veel verschil te ontdekken in het soort culturele ervaringen dat zij willen hebben (afhankelijk van de plek) en de diepte van ervaring die zij hiermee willen bereiken (McKercher 2002, 29). Hij definieert een cultureel toerist als iemand die een culturele toeristische attractie, kunstexpositie, museum of historische plaats bezoekt, een festival, feestdag of uitvoering/voorstelling bijwoont, of meedoet aan allerlei andere mogelijke culturele activiteiten tijdens hun reis (McKercher 2002, 30).

McKercher maakt een onderscheid in de diepte van ervaring; namelijk het verschil in oppervlakkig sightseeing en een ervaring gericht op leren en culturele uitwisseling. Hill beschrijft hoe toeristen in Cusco zoeken naar een betekenisvolle culturele beleving in de stad. Deze zoeken zij vaak in contact met het lokale mensen, maar dit kunnen zij niet altijd vinden in activiteiten die worden aangeboden in de toerismesector (Hill 2008).

Volgens Van den Berghe richt cultureel toerisme in Cusco zich voornamelijk op de presentatie van het Inca-verleden in de stad (2001, 102). Deze uit zich in de verscheidene musea, Inca-architectuur en ruïnes, waarvan de grootste en bekendste Machu Picchu is. Het verloren Inca-rijk wordt op een geromantiseerde en nostalgische wijze gepresenteerd als een grote, machtige beschaving (Van den Berghe 2000,8; Silverman 2013, 130; Hill 2007, 447). Lokale inwoners van Cusco zien zichzelf hierbij als de trotse eigenaar van dit verdwenen rijk (Silverman 2013, 130). De Inca-herleving zoals die vandaag de dag terug te vinden is in de stad, is voor een groot deel te herleiden tot *indigenismo movements* die ontstonden in de twintigste eeuw in Cusco (Hill 2007, 433). Deze *movements* bestonden voornamelijk uit de middeklasse van de stad, die tegen de centrale macht in Lima in ging. Zij wilden namelijk Cusco's historische positie centraal stellen in Peru, en daarmee de macht ook meer naar Cusco halen. Dit deden zij door inheemse identiteit als basis voor deze geschiedenis te nemen, waarbij zij zich voornamelijk richtten op het terugbrengen van Inca-tradities in de maatschappij (De la Cadena 2000) (Silverman 2013). Een voorbeeld hiervan is Inti Raymi, 'Fiesta del Sol de los Incas'<sup>8</sup>, dat elk jaar in juni bij Inca-ruïne Sacsayhuaman gevierd wordt (Silverman 2013). Een dergelijke presentatie van het Inca-verleden wordt *incanismo* genoemd. Vanuit *incanismo* is er volgens Hill een essentiële Inca-identiteit ontstaan die bewust wordt ingezet en gepresenteerd in de toerismesector, om hier geld aan te verdienen (2007, 446). In hoofdstuk 3 zal verder ingegaan

---

<sup>8</sup> Veldwerkaantekeningen 24-02-2018, gesprek met Pedro.

worden op deze Inca-herleving als een uiting van etnische identiteit, en als presentatie in de culturele toerismesector.

## 2.2 Mystiek toerisme

(Chris)

Naast cultureel toerisme focust het andere deel van deze scriptie zich op mystiek toerisme. Deze sector wordt ook wel spiritueel toerisme genoemd en richt zich zodoende op spirituele activiteiten en diensten. De afgelopen decennia heeft er in deze sector een enorme boost plaatsgevonden, zowel in Cusco als in andere delen van Peru en het Amazone gebied (Fotiou 2010, 119). Dit staat in nauw verband met de groei van toerisme in Peru in het algemeen, in relatie tot aspecten van globalisering en de (inter)nationale promotie van Machu Picchu als toeristische bestemming. Eveneens is de groei in mystiek toerisme te relateren in een hernieuwde interesse wereldwijd in spiritualiteit en het vinden van de zelf (Fotiou 2010, 133). Zowel Cohen (1988) als MacCannell (1973) spraken over de vervreemding van het individu en diens zoektocht naar herkenning in een postmoderne tijd. Volgens MacCannell (1973) was men op zoek naar “authentieke” ervaringen om de eigen, gefragmenteerde identiteit opnieuw vorm te geven (Arellano 2004). Men grijpt hierbij terug naar de “waarheden” uit het verleden, en zet zich af van de onzekerheden in het leven. Een manier waarop invulling wordt gegeven aan deze gevoelens van nostalgie en “authentieke” ervaringen is te vinden op het gebied van spiritualiteit en deze tendens is ook in Cusco waar te nemen (Owen 2006, 55). Er ontwikkelt zich een steeds groter aanbod aan “mystieke reizen” waarin men de regio op een “alternatieve” manier ontdekt, met het doel van een spirituele en persoonlijke ontwikkeling (Arellano 2004, 74). Meditatie, coca leaf reading, energetische reiniging en sjamanisme zijn enkele praktijken die volop bloeien. Dergelijke ontwikkelingen in de mystieke sector worden daarnaast door diverse auteurs toegeschreven aan de opkomst van de New Age beweging. In deze beweging staan zaken/handelingen als meditatie, spirituele therapieën en zelfontwikkeling centraal (Arellano 2004, 74). Een ander belangrijk aspect is het contact met de natuur, waarin energetische velden en sjamanisme naar voren komen (Fotiou 2010, 94). Dit gaat hand in hand met de globale trend van het teruggaan naar de roots.

Hofstee (2014) maakt hier de koppeling met de filosofische stroming van het primitivisme. Vanuit deze denkwijze staat de rol van de natuur centraal. De mens is op zijn best wanneer zij en het gehele leven in harmonie staat met de natuur. Vanuit deze visie worden inheemse volkeren als beter gezien, omdat zij worden geacht nog steeds in nauw contact staan met de aarde en de natuur (Hofstee 2014, 250). In het mystiek toerisme is te zien hoe vanuit deze invalshoek de lokale tradities en als ‘primitief’ beschouwde culturen als model worden gebruikt voor het vinden van zingeving en persoonlijke ontwikkeling. De focus ligt hier op de individuele toerist en de spirituele ervaring die

zij/hij ondervindt in toerisme. Owen (2006) laat in haar werk zien hoe dit gepaard gaat met een tendens van commodificatie. Anders dan voorheen komen toeristen niet om de lokale cultuur te ontdekken, maar juist om hierin te participeren. Ze willen zelf onderdeel worden van deze cultuur en deze meemaken. Op deze manier koopt men geen souvenir meer, maar een ervaring die men een meer compleet mens maakt (Owen 2006). Deze verschuiving in de beleving van toerisme heeft er toe geleid dat spiritualiteit tot een *commodity* is geworden die men als een ervaring kan aanschaffen (Owen 2006).

Dit ondergaan van een ervaring, en dan vooral het bewust meemaken en het effect naderhand, staat centraal in de opvattingen van de New Age beweging. Niet enkel een blik maar een meemaken op diverse plateaus, zowel het lichaam, als de geest, spiritualiteit, universum, etc. (Arellano 2004, 76)

Deze manier van zingeving en zelfontwikkeling aan de hand van spirituele ervaringen en contact met lokale en als inheems beschouwde bewoners komt volledig tot zijn recht in de mystieke toerismesector van Cusco. De mystieke markt beschikt over een groot en divers aanbod aan activiteiten, zoals yoga, meditatie, reiki, sjamanistische massages en energetische reiniging.<sup>9</sup> De meest populaire activiteiten zijn echter coca leaf reading en het werken met de zogeheten magische planten, of plantmedicijnen.<sup>10</sup> De twee belangrijkste hiervan zijn ayahuasca en San Pedro, ook wel *wachuma* genoemd, waarvan ayahuasca het meest bekend is bij het toeristisch publiek (Owen 2006). Het gebruik van deze planten wordt vaak aangeboden in de vorm van een retreat, die enkel een dag of juist tien dagen kunnen duren. Tijdens deze retreats vinden er een of meer ceremonies plaats, waarbij men een ayahuasca brouwsel drinkt, dat wordt gemaakt van een mix van de liaan *Banisteriopsis caapi* en bladen van de *Psychotria viridis*, twee planten die in combinatie met elkaar diverse psychoactieve stoffen bevatten (Labate 2014, 3). Het drinken van het ayahuasca brouwsel biedt de deelnemer de mogelijkheid tot een spirituele reis waarin contact kan worden gemaakt met de geest van de plant, de Moeder Ayahuasca. Deze laat de drinker dingen zien, vaak vanuit een positie buiten zichzelf. Dit gebeurt vaak in de vorm van visioenen en contact met *spirit animals*.<sup>11</sup> Beide belevingen worden gezegd een helende werking voor psychische en emotionele problemen te kunnen hebben (Owen 2006, 49). De processen van *purification* en *cleasing* staan dan ook centraal. Bij veel deelnemers leidt de ayahuasca er toe dat mensen moeten overgeven. Dit wordt de *purge* genoemd en helpt het effect van de ayahuasca te versterken, omdat hiermee alle psychische, emotionele en mentale gevoelens het lichaam verlaat. Zonder deze negatieve invloed is de

---

<sup>9</sup> Folders *Turismo Esoterico, Ayahuasca, San Pedro* van Shaman Shop, 31-01-2018; Folder *Healing House Cusco*, 05-03-2018

<sup>10</sup> Interview, Kush, 15-03-2018

<sup>11</sup> Interview, John, 03-04-2018



deelnemer nu vrij en “puur” om de connectie te maken met de Moeder Ayahuasca (Owen 2006). Deze *purge* helpt dan ook mee in de uiteindelijke *cleansing* die men naderhand kan voelen, door letterlijk afstand te hebben gedaan van zijn problemen en zich schoon en gereinigd te voelen.

Waar cultureel toerisme zich in Cusco dus vooral richt op de Inca-architectuur, ruïnes en historie, staat in mystiek toerisme spiritualiteit en zelfontwikkeling centraal, waarbij gefocust wordt op ayahuascaceremonies. Er wordt gezocht naar diepe culturele ervaringen, waar bij cultureel toerisme deze diepte van ervaring meer verschilt en juist oppervlakkiger kan zijn. In beide toerismesectoren is contact met de ‘culturele’ of inheemse ander een groot onderdeel van de ervaring.

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op *identidad inca* en *identidad cusqueña*, en hoe dezen in verband staan met elkaar en met toerisme. Er zal worden beschreven op welke manier identiteit geconstrueerd wordt en hoe *incanismo* gezien kan worden als etnische identiteit.

Ten eerste zal worden ingegaan op de constructie van het Inca-verleden als manier om tegen de heersende politieke situatie in te gaan. Vervolgens zal worden beschreven hoe dit Inca-verleden aan toeristen wordt gepresenteerd in de toerismesector, en hoe hierover gecommuniceerd en gedacht wordt binnen deze sector. Dit zal hierna ook worden gelinkt aan *identidad cusqueña*, en hoe tussen *cusqueños* onderling gecommuniceerd wordt over identiteit. Er wordt daarbij ingegaan op de mystieke toerismesector en hoe verschillen in mentaliteit hun invloed hebben op constructie van *identidad cusqueña*.

#### 3.1 Inca-herleving, etnische identiteit en de politieke situatie

Eén van de belangrijkste kenmerken waarop een etnische identiteit geconstrueerd wordt, is het hebben van een gedeelde afstamming en geschiedenis (Hall 1996; Anderson 2006; Barth 1998). Deze geschiedenis wordt in het heden geherinterpreteerd, en aangepast aan welke behoeften er op dat moment bestaan (Eriksen 2002; Hall 1996). Volgens Eriksen kan etniciteit worden gecreëerd door politieke en economische omstandigheden, en daar ook een reactie op zijn (2002, 103). In Cusco wordt door veel lokale bewoners het Inca-verleden als een glorieuze geschiedenis voorgesteld: dit komt naar voren in de manier waarop zij praten over dit verleden.<sup>12</sup> Sommige inwoners van Cusco gaan nog een stapje verder, en voelen zich daadwerkelijk afstammeling van de Inca's (Van den Berghe 2000, 11). Deze uitingen van *incanismo*, een nostalgisch verlangen naar een betere geschiedenis, kunnen als een vorm van etnische identiteitsconstructie worden beschouwd, waarbij het verleden tegenover het heden wordt gezet als reactie op de politieke en sociale situatie (Hill 2007). Een voorbeeld geeft Jonatán, wanneer hij praat over het Inca-verleden en hoe hij dit in het heden interpreteert:

*“Bij de Inca's bestond er geen armoede. Er was veel te eten, iedereen was gelukkig, er werd niet gestolen, er was geen prostitutie. Inca's hoefden niet te doden voor eten, daarom was het zo'n goede samenleving. Het idee van Inca's als gewelddadig is ontstaan door hoe de Spanjaarden hen afschilderden, maar het is niet waar. Mensen leefden met elkaar, ze deelden. De realiteit waarin de*

---

<sup>12</sup> Veldwerkaantekeningen 27-03-2018, informele gesprekken in de stad; Veldwerkaantekeningen 02-02-2018.

*Inca's leefden kan weer de toekomst zijn. Mensen dromen over de Inca-tijd omdat de situatie waarin ze nu leven zo slecht is.*"<sup>13</sup>

Volgens Jonatán wordt het Inca-verleden als perfect en glorieus afgeschilderd, omdat de politieke en sociale situatie vandaag de dag slecht is. Esther ervaart bijvoorbeeld dat er veel corruptie is in het land, mensen heel individualistisch leven en ze elkaar niet helpen. Dit in tegenstelling tot hoe het leven vroeger bij de Inca's was.<sup>14</sup> Ook Leonardo spreekt zijn onvrede uit over de politieke situatie in Peru:

*"Een jaar geleden waren er grote overstromingen in het noorden van Peru. Hele steden werden overspoeld, veel mensen stierven of raakten dakloos en de schade was enorm. In het begin heeft de overheid geholpen door geld te geven om de steden weer op te bouwen. Maar dat stopte al snel, ook al is het nog altijd hard nodig om deze steden er weer bovenop te helpen. In plaats daarvan besluiten ze om nieuwe televisieschermen en computers te kopen om het WK voetbal te kunnen kijken."*<sup>15</sup> Het inca-verleden verheerlijken is hierbij tegelijkertijd een manier van hopen op verbetering in het land als een manier om te laten zien dat Peru ook zijn goede tijden heeft gekend (Silverman 2013).

### **3.2 Toerisme en Inca-verleden**

In Cusco zijn deze gedachten over het Inca-verleden niet alleen een reactie op de sociale en politieke realiteit, maar worden ook gevormd in de toeristische context. Vanuit de toerismesector zijn hier verschillende narratieven over. Allereerst zijn er verscheidene gidsen die het Inca-verleden laten zien als een groots rijk met een glorieuze geschiedenis. Deze gidsen vertellen in hun tours expliciet hoe zij zich met het Inca-verleden identificeren. Ten tweede zijn er ook mensen die werkzaam zijn in toerisme en deze presentatie als *commodity* bestempelen. Zij vinden dit verleden iets dat alleen gebruikt wordt in de toerismesector om toeristen mee aan te trekken. Een voorbeeld van presentatie van het Inca-verleden, en identificatie met dit verleden is te zien in de tour van Luis.

*We staan op de Plaza de Armas, te wachten om mee te gaan met een Free Walking tour van Luis. Er heeft zich een groepje van vijf geïnteresseerden om hem heen verzameld. Luis begint de tour door te vertellen over de geschiedenis van Cusco als Inca-stad. De Quechua-namen en woorden, de grote Inca-heersers en de Spaanse overheersing, hij spreekt er gepassioneerd over. Ook geeft hij veel zijn eigen mening over zaken. 'Ik ben wel mestizo, half Spaans en half Inca, maar ik identificeer mij*

---

<sup>13</sup> Interview met Jonatán, 19-03-2018.

<sup>14</sup> Interview met Esther, 21-03-2018.

<sup>15</sup> Veldwerkaantekeningen 04-05-2018.

veel meer als zijnde inca', is bijvoorbeeld iets dat hij vertelt. Dit uit hij door zijn geloof in Pachamama, wat hij neerzet als bijzonder: 'Maar tien procent van de mensen hier gelooft nog in Pachamama.' Verder laat hij ons verscheidene Inca-muren zien, die hij beschrijft als grote structuren waarvan niet duidelijk is hoe ze gemaakt zijn. Ook beschrijft hij ze als sterk en onverwoestbaar: bij twee grote aardbevingen zijn de Spaanse gebouwen verwoest, maar de Inca-muren zijn blijven staan.<sup>16</sup>

Deze tour van Luis, waarin hij het Inca-verleden als groots presenteert, kan worden gelinkt aan ideeën over dit soort uitingen van Michael Hill. Hill schrijft in 'Inca of the blood, inca of the soul' over de manier waarop de Inca-identiteit wordt gepresenteerd als zijnde groots, onverwoestbaar en altijd blijvend. Luis doet dit bijvoorbeeld wanneer hij spreekt over de Inca-stenen: 'Al deze Inca-stenen bleven staan bij de aardbeving, maar de Spaanse structuren stortten in.'<sup>17</sup> Ook hoe Luis zich identificeert als zijnde Inca brengt Hill naar voren. Hij noemt dit zowel een manier van identificatie door mensen uit Cusco, als een manier waarop deze etnische identificatie gebruikt wordt in de toerismesector als *commodity* (Hill 2008, 252-256).

Van den Berghe (2000) gaat hier verder op in door te laten zien hoe deze *identidad inca* ingezet wordt in toerisme. Juist in dit contact met toeristen wordt het Inca-rijk gepresenteerd en gecommuniceerd. De ideologie van het Inca-zijn is een *commodity* geworden, te verkopen aan toeristen (Van den Berghe 2000). Dit wordt niet alleen gecommuniceerd in tours, maar ook in namen van winkels, reisorganisaties, hostels, producten, restaurants, clubs en andere organisaties. Deze hebben namen als 'Inka Team', 'Inka Jungle Trek', 'Inka Wild Hostel', 'Inca kola' en 'Inkaria'. Dit gebruik van 'Inca' wordt door verschillende gidsen gezien als iets dat alleen gedaan wordt voor toeristen,<sup>18</sup> maar kan ook beschouwd worden als een '*reconstructed ethnicity*', waarbij de Inca-geschiedenis opnieuw geïnterpreteerd wordt in contact met toeristen (Hill 2008, 255). Toeristen hebben soms wel twijfels over de authenticiteit van identificatie met het Inca-verleden. Een voorbeeld is toeriste Emma, wanneer zij zegt: '*Bijvoorbeeld met die cultural tour door de stad met Daniel, die was wel helemaal zo van Inca dit en dat, maar dan weet ik niet of het nou voor toeristische praat is of voor echt.*'<sup>19</sup>

Een gevolg van deze inca-verheerlijking in de toerismesector is dan ook dat het door verschillende gidsen als te commercieel en geromantiseerd wordt gezien, speciaal zo georganiseerd voor toeristen.<sup>20</sup>

---

<sup>16</sup> Veldwerkaantekeningen Luis, 02-02-2018.

<sup>17</sup> Veldwerkaantekeningen Luis 02-02-2018.

<sup>18</sup> Interview Jonatán, 19-03-2018; Interview met Sarah en Alexandra, 01-04-2018.

<sup>19</sup> Interview Emma, 13-04-2018.

<sup>20</sup> Interview met Jonatán 19-03-2018; Víctor 27-02-2018; Miguel 07-02-2018; Marco 28-03-2018.

In een interview met Sarah en Alexandra, tourguides in Cusco, kwam dit ook ter sprake. '*Cultura inca bestaat niet,*' vertellen zij. '*Het is verzonnen, het enige wat vroeger bestond was één man die Inca was. Dat is het enige wat Inca heet, er bestaat niet zoiets als Inca cultuur.*'<sup>21</sup> Sarah vindt dat toeristen dus niet 'het echte' verhaal voorgeschoteld krijgen, maar een geromantiseerde versie die alleen bestaat om aan hen te kunnen verkopen. Zij identificeert zich niet als Inca en vindt dat gidsen die zich er wel mee identificeren dit alleen maar doen voor de toeristen. Dit idee zal verder worden uitgewerkt in hoofdstuk 5, waar het ook gelinkt wordt aan authenticiteit.

Inwoners van Cusco geven dus op verschillende manieren uiting aan *identidad inca*. Waar in dit hoofdstuk vooral twee tegengestelden gepresenteerd zijn, namelijk gids Luis tegenover gids Sarah, wordt juist vaak een middenweg in deze manieren van identificatie gevonden. Een voorbeeld hiervan is tourgide Marco, die ik ontmoet bij een grote Inca-rots. Hij vindt dat het Inca-verleden teveel gecommuniceerd wordt in toerisme en dat veel van wat er verteld wordt door gidsen niet waar is. Tegelijkertijd identificeert hij zich tot op zekere hoogte met het Inca-verleden. Vroeger klom hij namelijk met vrienden op deze rots om bier te drinken, maar sinds hij op de universiteit heeft geleerd wat de betekenis van deze plek was voor de Inca's, doet hij dat niet meer. Hij ervaart dit namelijk als niet respectvol, omdat deze rots in Inca-tijden een heilige plaats was.<sup>22</sup> Ook voor mensen die zichzelf niet als 'Inca' identificeren kan het Inca-verleden invloed hebben op hun leven. Hiermee is te zien hoe identiteit op persoonlijk niveau geconstrueerd wordt in interactie met de sociale omgeving (Giddens 1991; Jenkins 2014).

### 3.3 Identidad cusqueña

(Chris)

Hoewel de verheerlijking van het inca verleden en het uitdragen van een zogenaamde *identidad incaica* in de literatuur al snel aan de gehele bevolking van de stad wordt toegeschreven, ligt dit in de praktijk toch wat genuanceerder (Silverman 2002, 891). Niet elke inwoner van Cusco voelt zich dermate verbonden met de oude cultuur dat hij zich beroept op deze identiteit. Onder de lokale bevolking zijn er dan ook meerdere identificaties mogelijk. In het academisch debat omtrent identiteit in Cusco staan noties van de *native* of de *indígena* vaak centraal (Perez 2006, 31). In plaats van dit direct aan de persoon van de Inca te relateren, wordt dit ook gekoppeld aan de lokale bewoner, de *cusqueño*.

In de literatuur betreffende *incanismo* en lokale ofwel etnische identiteit in Cusco, wordt een dergelijke notie van een inca identiteit of verbondenheid met de *cultura incaica* vaak gekoppeld aan de *identidad cusqueña*. Het inca-verleden is volgens Medrano (1999) namelijk een belangrijk aspect

---

<sup>21</sup> Interview met Sarah en Alexandra, 01-04-2018.

<sup>22</sup> Veldwerkaantekeningen 28-03-2018.

in de constructie van *lo cusqueño*, aangezien de *cusqueños* worden verwacht “to take care of their ‘immortal city,’ take pride in themselves as ‘children of Cusco,’ and ‘reaffirm their love for their Pacha Mama, Cusco, Grandmother City of America and Ancient Capital of the Millennial Inca Empire” (De la Cadena 2000, 891). Echter, zoals Silverman in haar werk beargumenteert, blijkt ook in de praktijk dat niet elke *cusqueño* deze wil dan wel mening deelt en dat de *identidad cusqueña* meerdere interpretaties kan hebben (2002, 891). De *identidad cusqueña* kan dan ook worden benaderd binnen een constructivistisch debat van identificatie (Olsen 2002). Onder de bevolking wordt er namelijk op diverse manieren uiting gegeven aan deze identiteit. Zo vertelt Carlos niet echt een band te voelen met *cusqueños*, maar sprak hij wel vol trots over het Inca verleden en welk belang dit voor hem heeft in zijn dagelijks leven. Zowel Rafael als Antonio voelt geen enkel verband met de Inca’s, maar voelt zich wel op zijn gemak in de stad. Laatstgenoemde identificatie is vooral te vinden onder personen die werkzaam zijn in toerisme en niet uit Cusco dan wel Peru komen.<sup>23</sup> Deze twee aspecten – toerisme en afkomst – blijken belangrijke factoren in de spanningen tussen *cusqueños* onderling.

### 3.4 Dialoog tussen identiteiten in de mystieke sector

Zoals Hill stelt, wordt toerisme in Peru gepromoot als een van de belangrijkste factoren ten behoeve van economische voorspoed (2007, 437). Maar niet iedereen in de stad participeert in deze industrie en profiteert hiervan. De Peruaan Antonio, eigenaar van reisorganisatie *Yana Tours*, vertelt hoe er binnen Cusco twee groepen zijn ontstaan als gevolg van toerisme. “*Hay gente que dice: qué me importa el turismo? Yo no me beneficio con el turismo. Y sí hay gente que si se beneficia [...] son dos grupos.*” Specifiek in relatie tot mystiek toerisme, vormt de lokale bevolking volgens hem maar een klein deel van de groep die werkzaam is in toerisme. De andere groep profiteert op geen enkele manier van de inkomsten gegenereerd uit deze sector en kijkt met een negatieve blik naar de ontwikkelingen die plaatsvinden. Een van deze ontwikkelingen is de komst van buitenlanders werkzaam in de toerismesector. Zo worden de grootste ayahuasca centers en vele mystieke *agencias* gerund door expats, die voornamelijk afkomstig zijn uit de Verenigde Staten en Europa (Hill 2007, 437; Mantere 2013, 52). Onder de lokale bevolking heerst een duidelijk beeld dat deze *extranjeros* beschouwt als “indringers” die de stad overnemen en er met het geld vandoor gaan. “*El Cusco ya no es de los cusqueños*”, verzucht Carlos. Hij vertelt hoe de stad is veranderd door het toerisme. De inmenging van expats heeft de toerismesector in Cusco tot een exclusief speelveld gemaakt waar enkelen maar toegang tot hebben.<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup> Interview, Bas, 26-03-2018; Interview, Rafael, 17-03-2018; Interview, Antonio, 28-02-2018; Interview, Mike, 03-04-2018

<sup>24</sup> Interview, Carlos, 06-04-2018

De komst van *extranjeros* in de sector wordt niet door iedereen als een negatieve ontwikkeling beschouwd. Voornamelijk mensen werkzaam in de toerismesector vinden het positief dat het grootste deel van de mystieke sector in handen is van expats. Zij hebben namelijk een belangrijke positie in de communicatie tussen de zogenoemde *hosts* en *guests* door als *mediators* tussen deze twee groepen te fungeren (Fotiou 2010, 25). Fotiou (2010) stelt dat de *extranjeros* hier een essentiële rol spelen in het samenbrengen van niet westerse toeristen en Peruaanse sjamanen in een dergelijk intercultureel proces (Fotiou 2010, 141). Zij kunnen namelijk veel beter inspelen op de verwachtingen van toeristen dan Peruanen, en dit heeft volgens lokale actoren uit de toerismesector alles te maken met het verschil in mentaliteit.<sup>25</sup> Zowel de Peruaan in het algemeen, als specifiek de *cusqueño*, wordt gekarakteriseerd als zijnde een lui, arrogant, egoïstisch en conservatief persoon.<sup>26</sup> “*Tienen ese pensamiento y mentalidad latina. Hay una falta de educación, de cultura, de conocimiento, de interés*”, legt tourguide Rafael uit. Ook Carlos is het hier mee eens: “*La gente es muy individualista, egoísta. No se une, no se ayuda. La ciudad se ha individualizada mucho.*” Dergelijk proces van individualisering en egoïsme relateert hij aan de jaren van crisis en armoede, waarin het gehele land weinig had en het ieder voor zich werd.<sup>27</sup> Een trend van zowel persoonlijke als mentale ontwikkeling onder de lokale bevolking ziet men dan ook niet zo snel gebeuren. Zo zijn de *cusqueños*, in tegenstelling tot de “westerse” en “moderne” expats, erg conservatief en staan niet open voor vernieuwing.<sup>28</sup>

Zowel de *extranjeros* als de lokale bevolking werkzaam in de mystieke toerismesector sluiten zich aan bij een dergelijke interpretatie van de identiteit van de *cusqueños* als lui, arrogant, conservatief en onverschillig.<sup>4</sup> Het is interessant om de eigenschappen en kwaliteiten die in deze beschrijving naar voren komen naast de *identidad incaica* te leggen. Deze identiteit, die het Inca verleden en diens tradities verheerlijkt, baseert zich op een glorieus verleden, waar geen armoede noch honger was en iedereen in harmonie samenleefde en werkte voor het welzijn van de gehele samenleving. Een dusdanige representatie staat in sterk contrast met het beeld dat wordt geschetst van de huidige *cusqueño*, die enkel aan zichzelf denkt en zich niet wilt inzetten ten behoeve van de ontwikkeling van de stad en haar bevolking.<sup>29</sup> Het is paradoxaal dat deze *cusqueño* zich vervolgens naar buiten toe profileert middels een identiteit die op alle vlakken haaks staat op de feitelijke identificatie.

---

<sup>25</sup> Interview, Raul, 26-02-2018; Interview, Rafael, 17-03-2018; Interview, Antonio, 28-02-2018

<sup>26</sup> Interview, Bas, 26-03-2018; Interview, Raul, 26-02-2018; Interview, Rafael, 17-03-2018; Interview, Antonio, 28-02-2018

<sup>27</sup> Interview, Carlos, 06-04-2018; Interview, Bas, 26-03-2018

<sup>28</sup> Interview, Carlos, 06-04-2018; Interview, Bas, 26-03-2018; Interview, Rafael, 17-03-2018; Interview, Antonio, 28-02-2018

<sup>29</sup> Interview, Carlos, 06-04-2019

Dit geeft aan in hoeverre identiteit dus een constructief proces beslaat in plaats van een statisch gegeven. Zo profileert niet elke inwoner zich als *incaica*, en zullen eveneens niet alle *cusqueños* voldoen aan bovenstaande karakterisering van onwetende en conservatieve personen. In een dergelijk proces van identiteitsconstructie in Cusco zijn de toerismesector en lokale bevolking niet de enige actoren, maar spelen de toeristen ook een belangrijke rol.

### 3.5 Identidad turistica

(Mariska)

Allereerst bestaat er onder toeristen een idee over wat een 'typische toerist' is en zou moeten doen. Toerist Steven identificeert zichzelf niet als 'typische toerist', omdat hij langer op één plek blijft dan wat hij als 'gemiddeld' ziet.<sup>30</sup> Ook toeriste Lotte heeft een idee over hoe een toerist zou moeten zijn: "Ja, ik ben echt zo'n toerist. Ik neem van alles foto's."<sup>31</sup> Hiermee typeert zij het maken van foto's als typisch toeristisch gedrag. Later geeft zij echter aan zich niet helemaal in het plaatje van 'de typische toerist' te kunnen vatten, wanneer zij zegt "Ik denk dat ik wel altijd meer dingen op mezelf doe, ik ben niet zo iemand die dan altijd in groepen met een tourguide zo dingen gaat doen. Maar, ik maak graag foto's."<sup>32</sup> Toeriste Alice construeert haar idee over toeristen-identiteit als tegenstelling tot lokale identiteit: "*I am not good tourist here. I am local now. (...) I think because deep inside I really wanna be one.*"<sup>33</sup> Identificatie als toerist zijnde wordt dus afgemeten aan het idee wat toeristen hebben over 'toerist-zijn', maar ook op basis van 'lokaal' zijn. De toerist construeert zijn of haar identiteit als 'toerist' in positie ten opzichte van andere toeristen. Dit idee baseert zich op een essentiële identiteit van 'de toerist' zoals Urry (2011) dat beschrijft. Ook wordt identiteit gecommuniceerd tussen toeristen en lokale bevolking (Shepherd 2002). In deze zoektocht naar identiteit en hun plek in het contact is voor toeristen een notie van authenticiteit belangrijk.

---

<sup>30</sup> Interview met Steven, 13-02-2018.

<sup>31</sup> Interview met Lotte, 09-04-2018.

<sup>32</sup> Interview met Lotte, 09-04-2018.

<sup>33</sup> Interview met Alice, 16-02-2018.



#### 4 Authenticiteit in cultureel en mystiek toerisme

In dit hoofdstuk zal worden gekeken naar de manier waarop percepties van authenticiteit tot stand komen onder toeristen, en hoe zij in hun reis naar “authentieke” ervaringen zoeken. In de culturele sector wordt dit onderhandeld in relatie tot een ideeën van wat toeristen “toeristisch” en “lokaal” vinden. Deze constructie komt tot stand aan de hand van ideeën over front- en backstage, en waar deze twee met elkaar overlappen. Dit is echter een constructief proces, waardoor interpretaties van ervaringen onder toeristen in verschillende dialogen tot stand komen.

Het tweede deel van het hoofdstuk richt zich op de manier waarop onder toeristen betekenis wordt gegeven aan percepties van authenticiteit in de mystieke sector. De nadruk ligt hier op deze ervaringen in relatie tot ayahuasca ceremonies. Door te focussen op de manier waarop percepties van authenticiteit tot stand kunnen komen als gevolg van diverse contextuele maar ook persoonlijke factoren in de ceremonie, wordt een link gelegd met het belang van lokale tradities en spiritualiteit.

##### 4.1 ‘Toeristisch’, ‘lokaal’ en constructie van authenticiteit

(Mariska)

*We staan op de Plaza de Armas, Erik, de tourguide, heeft een groepje toeristen bij elkaar gezocht die wel met de walking tour mee willen. We kletsen wat over onze ervaringen in Cusco. Er is een Canadees stel bij, een Duits meisje en een Amerikaanse. ‘Did you already try Guinea Pig?’ vraagt Erik aan hen. De Canadese man reageert, negatief, met: ‘Isn’t that just something for tourists?’ Maar wanneer Erik vertelt dat dit onder lokale mensen juist ook gegeten wordt, wordt zijn interesse toch weer gewekt om cuy te proberen. ‘Where should I try it? Where is the best guinea pig in the city?’<sup>34</sup>*

Dit gesprekje tussen gids Erik en de Canadese toerist laat zien dat er onder toeristen een idee bestaat over wat ‘toeristisch’ is. De Canadese man uit het voorbeeld was niet geïnteresseerd in iets dat ‘alleen voor toeristen’ bestaat: hij wil iets ‘echt Peruaans’ beleven. Opvallend is ook dat Erik begint over dit gebruik: hij ziet dit zowel als iets lokaals, als iets waar toeristen in geïnteresseerd kunnen zijn. Op de plek van de gids als ‘lokaal persoon’ zal verder worden ingegaan in hoofdstuk 5. Zoals gezegd zal in dit hoofdstuk verder worden ingegaan op hoe zo’n gebruik door toeristen als authentiek wordt beschouwd. Of het eten van cavia als authentiek wordt gezien wordt gebaseerd op wat de toerist denkt dat de betekenis is in de lokale context. Het idee dat dit gebruik ‘voor toeristen’ gecreëerd zou zijn, geeft voor deze toerist de betekenis dat het dan niet iets Peruaans is, niet authentiek voor de cultuur die hij verwacht te zien. Wanneer hem vertelt wordt dat dit ‘echt iets is uit de Peruaanse cultuur’, wordt het opeens weer interessant. Het creëert voor hem een mogelijkheid in het zoeken naar ‘authentieke’ cultuur in Peru, en dit is een manier om daar mee in

---

<sup>34</sup> Veldwerkaantekeningen 03-04-2018.

contact te kunnen komen.

Dit verschil in het idee dat toeristen hebben over gebruiken uit zich in ideeën van ‘gemaakt voor toeristen’ en ‘een lokaal gebruik’. Percepties van authenticiteit worden hierbij geconstrueerd aan de hand van een idee over *front-* en *backstage*. Dean MacCannell beschouwde de *back region* als de plek waar ‘het authentieke’ gebruik bestaat, een plek waar toeristen niet kunnen komen. Hij benadert authenticiteit vanuit een essentialistisch perspectief, en zegt dat toeristen alleen een *staged authenticity* van een gebruik kunnen vinden in de *front region* (MacCannell 1973).

Waar MacCannell authenticiteit als een inherent objectief gegeven beschouwde, namelijk, er bestaat iets ‘authentieks’, kan het idee wat hij heeft over de *front-* en *backstage* worden toegepast op een constructivistische manier. In de manier waarop toeristen betekenis geven aan culturele gebruiken wordt er gedacht in termen van *front-* en *backstage*. Wat toeristen omschrijven als ‘toeristisch’ beschouwen zij hierbij als een *frontstage* en ‘lokaal’ als *backstage*. Dit zijn niet twee puur gescheiden werelden, waarin de een als authentiek wordt beschouwd en de ander niet. Hoe toeristen verschillen tussen ‘toeristisch’ en ‘lokaal’ ervaren, is bijvoorbeeld te zien in de manier waarop zij het leven van locals in Cusco beschouwen. Het centrum van Cusco beschouwen zij hier vaak als ‘voor toeristen’, en delen van de stad buiten het centrum als ‘niet voor toeristen’. De toeristische plek in Cusco is vooral het centrum van de stad, daar waar ze in contact komen met mensen die in de toerismesector werken, waar de restaurantjes zitten, waar ze niet over straat kunnen zonder te worden aangesproken door verkopers.<sup>35</sup> Hierbij ontstaat een gevoel dat ‘het echte Peruaanse leven’ zich niet in het centrum afspeelt.<sup>36</sup> Toeriste Lotte verwoordt dit idee op de volgende manier:

*“Ik denk dat deze stad zo mooi is omdat er veel toeristen zijn. Ja, het centrum en al die winkels enzo. En alles is goed, redelijk schoon, dat is wel voor toeristen. Ik bedoel, als je buiten het centrum gaat dan ziet dat er wel wat anders uit. Daar komen de toeristen ook niet.”<sup>37</sup>*

Verschillende wijken buiten het centrum worden door toeristen gezien als een plek waar het lokale leven zich af speelt.<sup>38</sup> Toeristen ervaren dus verschil tussen het centrum en niet-centrum, en hebben het idee dat ‘het echte Peruaanse leven’ zich buiten dit centrum afspeelt. Een idee over wat dat ‘echte Peruaanse leven’ is, wordt geconstrueerd aan de hand van verschillen tussen centrum en niet-centrum. Zoals in het voorbeeld van Lotte naar voren komt, vinden zij het centrum schoon, georganiseerd, en zijn voorzieningen gericht op toeristen in de stad. Buiten het centrum is het

---

<sup>35</sup> Interview met Emma, 13-04-2018; Interview met Steven, 13-02-2018; Interview met Lotte, 09-04-2018.

<sup>36</sup> Interview met Emma, 13-04-2018; Interview met Nick, 11-04-2018; Interview met Lotte, 09-04-2018.

<sup>37</sup> Interview met Lotte, 09-04-2018.

<sup>38</sup> Interview met Emma, 13-04-2018; Interview met Nick, 11-04-2018.

chaotischer, stinkt het naar uitlaatgassen, en is meer armoede.<sup>39</sup> Dit verschil tussen het mooie, schone centrum en de vieze, stinkende, lelijke wijken buiten het centrum geeft hen op die plek juist een gevoel van authenticiteit: een gevoel van in contact komen met 'lokaal'. Toeriste Emma ziet dit bijvoorbeeld in hoe mensen met elkaar op straat leven.

*“Als je hier ook over straat gaat 's avonds (centrum), dan is het wel druk, maar het is anders druk dan bij ons in de buurt, bij Rosaspata. Daar zijn mensen echt... cusqueñan people zijn echt daar op straat met elkaar. En als je hier op straat bent dan is het zeg maar voor toeristen, mensen die dingen verkopen bijvoorbeeld, dat is heel anders samen zijn op straat dan daar. Dat is echt voor ons, voor de toeristen, en buiten het centrum zijn ze zeg maar op straat, voor elkaar gewoon. Gewoon het leven dat zich op straat af speelt.”<sup>40</sup>*

Toerist Steven beschrijft 'lokaal' en 'toeristisch' als twee vooral gescheiden werelden, waarbij mensen werkzaam in de toerismesector niet als 'echt lokaal' ziet. *“I don't want to just talk to tourists. Euhm, tourists and tourist people. You know, I would rather meet a local, and talk to him. Or her.”* Een scheiding van 'lokaal' en 'toeristisch' als termen om onderscheid te maken in mate van authenticiteit is niet altijd zo zwart-wit. Hoewel toeriste Emma in het vorige fragment aangeeft een verschil te merken in het leven van locals in het centrum als 'voor toeristen' en het leven van locals buiten het centrum, 'gewoon met elkaar', geeft zij ook aan dat ze dit contact dat zij in het centrum krijgt met lokale mensen, niet per se als inauthentiek beschouwt. *“Ik heb het gevoel dat de mensen die in het toerisme werken gewoon heel erg gewend zijn om met buitenlanders te praten. Die reizen zelf ook naar andere dingen, wat ook heel leuk is dat we meer soort op één level zitten.”<sup>41</sup>* Waar Hill (2008) schrijft dat toeristen 'zoeken naar betekenisvolle interacties met lokale mensen', en zegt dat toeristen dit in het contact met mensen die werken in de toerismesector niet vinden, omdat ze het gevoel zouden krijgen dat 'cultuur' in die context in de interactie gebruikt zou worden om te verkopen, blijkt dit in de praktijk toch vaak wat genuanceerder te liggen (Hill 2008, 266-270). Hieruit blijkt dat termen van 'lokaal' en 'toeristisch' vaak overlappen, contact met mensen die in de toerismesector werken wordt niet per se als inauthentiek beschouwd. Iemand kan ook 'lokaal' zijn, én 'voor toeristen'. De *frontstage* en *backstage* zijn niet twee gescheiden werelden, waarin de één puur lokaal is en de ander puur voor toeristen, maar deze werelden ontmoeten elkaar juist in de toerismesector. Emma omschrijft dit als volgt: *“De locals die ik ken werken eigenlijk allemaal in toerisme. Als Joseph mij bijvoorbeeld mee uit eten neemt, dan gaan we naar plekjes die ik al ken, de*

---

<sup>39</sup> Interview met Steven, 13-02-2018; Interview met Emma, 13-04-2018; Interview met Lotte, 09-04-2018.

<sup>40</sup> Interview met Emma, 13-04-2018.

<sup>41</sup> Interview met Emma, 13-04-2018.

toeristische restaurants. Terwijl je eigenlijk een leuk lokaal restaurantje zou verwachten. En in die restaurants kent hij dan ook het personeel, zij leven eigenlijk als locals met elkaar in de toeristische wereld in Cusco.”<sup>42</sup> Zij ziet deze locals die werken met toeristen dus wel als locals, maar definieert deze wel als anders dan hoe ze verwacht dat een ‘local’ zou zijn. In cultureel toerisme is niet alleen deze perceptie van authenticiteit van belang, maar ook hoe toeristen een ervaring authentiek maken of beleven.

#### 4.2 Authenticiteit en *experiential* cultureel toerisme

Prentice (2001) richt zich in het beschrijven van authenticiteit niet op hoe toeristen een object, locatie, of cultuur als authentiek beschouwen, maar hoe zij ervaringen als authentiek kunnen beleven (Prentice 2001, 9). Dit noemt hij *experiential* cultureel toerisme. Volgens Wang (1999) kan de ervaring van toerist-zijn in contrast met hun ‘normale leven’ van toeristen een gevoel van authenticiteit geven, omdat zij in deze ervaring vaak ‘spontaner, vrijer en puurder’ zijn (Wang 1999, 360).

De manier waarop toeristen in Cusco hun ervaringen inrichten kan hen een gevoel van authenticiteit verschaffen. Een voorbeeld hiervan zijn ruïnes in de Sacred Valley, en hoe toeristen deze bezoeken. Er worden vele bustours georganiseerd, waarbij je verschillende ruïnes op één dag aandoet. Toerist Steven beschrijft het verschil tussen de dag dat hij met zo’n bustour mee gaat en een dag dat hij zelf een dorpje in de vallei bezoekt. *“Everything in one day is like, a lot. Yeah, then you see it, and you get it out of the way. Yeah, and then if you see something you like, you know, you can go back like, this little city of Chinchero. I like to go there and get to know the place really.”*<sup>43</sup>

Volgens Prentice ervaren toeristen meer authenticiteit als zij het gevoel hebben onafhankelijker te reizen (2001, 11). In het voorbeeld van toerist Steven wordt deze onafhankelijke ervaring tegenover een georganiseerde ervaring gezet. Ook in hoe toerist Lotte vertelt over haar ervaring met het bezoeken van de ruïnes van Pisac, is deze onafhankelijkheid belangrijk.

*“En als je met een tour gaat, dan kom je alleen bij de eerste twee en dan ga je terug. Want ja, wij gingen dan zo naar de eerste, en dan naar de tweede, en we gingen zo steeds verder en dan kwamen we zo bij het hoogste punt, en dan kun je nog verder. En dan bij dat hoogste punt, daar waren al geen toeristen. En bij de ruïnes die daarna volgden daar waren er drie of vier maar ofzo, daar is niemand. Wij waren daar helemaal alleen. Dat was super leuk.”*<sup>44</sup>

---

<sup>42</sup> Veldwerkaantekeningen 14-04-2018, gesprek met Emma.

<sup>43</sup> Interview met Steven, 13-02-2018.

<sup>44</sup> Interview met Lotte, 09-04-2018.

Zonder tour de ruïnes bezoeken geeft haar een gevoel meer te kunnen doen dan wat ze met een tour zou kunnen doen. Ook beschrijft ze het fijn te vinden dat er weinig andere toeristen zijn, een gegeven wat de ervaring ook authentiek kan doen aanvoelen (Prentice 2001, 11).

Bij *experiential* cultureel toerisme wordt authenticiteit dus iets wat door elke toerist op een andere manier kan ervaren. Elke toerist kan namelijk een eigen interpretatie van authenticiteit hebben (Wang 1999, 355). Een ervaring wordt als authentiek ervaren wanneer voldaan wordt aan de verwachtingen die een toerist Het hangt hierbij af van de verwachtingen die een toerist heeft van een bepaalde activiteit of ervaring of deze als authentiek wordt beschouwd (Prentice 2001,8).

Een voorbeeld hierin is te zien in de verschillende meningen die toeristen hebben over dezelfde 'culturele tour' van gids Daniel door de stad. Toeriste Alice ervaart deze tour als authentiek. Zij verwachtte namelijk dat de tour erg oppervlakkig zou zijn, maar vindt waar gids Daniel over praat juist dieper gaan. *"Usually when you here like cultural you're gonna see like all the costume right? Or like, you know, weaving, or dance... but this one actually goes deeper. Is more to like personal experience. And mindset. He's been telling you things like politics, economy, social issues. That's what I want, the purpose that I am in Cusco. I wanna know the local thing, you know, what the locals do."*<sup>45</sup> Toerist Nick, die deelnam aan dezelfde tour als Alice, vond het juist helemaal geen goede tour. *"I did not find it worth it at all. It was just a guy that took you to some shops, and that was the tour. I mean, he can present shops, but I would have loved if he told us a bit about the history."*<sup>46</sup> Hierin is te zien hoe verwachtingen van toeristen invloed hebben op hun percepties van authenticiteit. Het hangt mede van die verwachtingen af of zij iets als authentiek ervaren of niet.

#### 4.3 Ayahuasca ceremonies

(Chris)

*De kerkklok op het centrale plein slaat twaalf keer. Op de hoek van de straat tegenover de kerk staan twee meisjes met elkaar te praten. Ze zijn druk in gesprek en kijken af en toe op naar de voorbij rijdende auto's. Vanaf de overkant komt een lange blonde jongen aan komt lopen. Hij loopt op de meisjes af en er worden handen geschud. Het is een woensdag in Cusco, Peru. Het drietal wacht om op te worden gehaald door de eigenaar van Dreamglade, een center voor ayahuasca retreats in de jungle van Peru. De komende dagen zullen de drie, samen met nog andere deelnemers, in dit center verblijven en deelnemen aan ayahuasca ceremonies. Het is voor hen alle drie de eerste keer dat ze dit zullen doen. Ze staan even te praten op de hoek van straat als er een grote pick-up komt aanrijden. Hij stopt precies voor hen en een kale man stapt uit en stelt zich voor. Het is Peter, een Engelse man die bijna vijf jaar geleden het center heeft opgezet. Peter is vriendelijk en de drie stappen bij hem in de auto. Ze gaan op weg en rijden in twee uur steeds verder de jungle in. Uiteindelijk*

---

<sup>45</sup> Interview met Alice, 16-02-2018.

<sup>46</sup> Interview met Nick, 11-04-2018.

*komen ze bij een meer en Peter stopt de auto. Ze zijn bij het center aangekomen. Rondom het meer zijn verschillende kleine hutjes gebouwd, waar deelnemers individueel kunnen verblijven en slapen. Ook is er een hut met een sauna, en een gezamenlijke ruimte waar films kunnen worden gekeken. Centraal tussen al deze hutjes ligt de Maloka, de grote ceremoniële hut. In deze ronde ruimte staan vele bedden in een cirkel tegenover elkaar. Dit is de plek waar de ayahuasca ceremonies plaatsvinden. Bij aankomst van het drietal bij het center volgt er een kennismaking met de rest van de deelnemers en de andere eigenaar, Scott. Als de groep helemaal gesettled is, komt Peter langs en vertelt ze zo'n drie uur lang over het center, de ceremonie, ayahuasca, wat ze kunnen verwachten en hoe ze in bepaalde situaties moeten reageren. Vervolgens is het tijd voor de ceremonie en komt iedereen samen in de Maloka. De totale groep bestaat uit zo'n veertien mensen, waarvan iedereen van buiten Peru komt. Zo is er man uit Ierland, een Duitser, en meisjes uit Polen, IJsland en de Verenigde Staten. Het is geheel donker in de Maloka, waar iedereen op zijn eigen bed zit als Scott binnenkomt. Hij heeft een grote pot vast met wierook er in. Hij steekt deze aan en begint rondjes te lopen, terwijl de gehele ruimte zich vult met de rook en de geur van wierook. Vervolgens komen de sjamanen Juan en Erica binnen, beiden gekleed in een lang en kleurrijk gewaad. Juan draagt een klein petje met tekens die doen denken aan een doolhofmotief. In Erica's rok, die onder haar roze met groene gewaad uitkomt, komt een zelfde motief terug. Op haar borst ligt een grote houten ketting en om haar beide polsen prijkt een kralenarmband. Beiden lopen naar hun bed en gaan hier op zitten. Vervolgens roept Peter, die naast het bed van de sjamanen staat, drie mensen uit de groep naar voren om de ayahuasca te komen drinken. Eerst mogen de mensen die al vaker een ceremonie hebben gedaan. Juan reikt ze een shotglaasje aan met daarin een bruine, dikke drab. Dan is het tijd voor de lange blonde jongen. Voor hem is het de eerste keer en daarom krijgt hij enkel een halfvol shotglaasje. Hij tikt het achterover, terwijl een onplezierige smaak van sterke en dikke koffiedrab gemixt met planten en gras zijn mond vult. Net als de andere deelnemers loopt hij weer terug naar zijn bed en gaat hier op zitten. Hij doet zijn ogen dicht en hoort hoe Juan en Erica liederen beginnen te zingen.*

Het is 's middags wanneer John bovenstaande herinnering vertelt. Het plaatje dat hij zojuist heeft geschilderd komt sterk overeen met wat andere informanten vertellen over een ayahuasca ceremonie. John, een lange blonde jongen uit Australië, heeft een maand geleden een tiendaags retreat gedaan. In het verhaal dat hij vertelt zijn de typische aspecten te horen die centraal staan bij een ayahuasca ceremonie, zoals de locatie middenin de jungle, de positie van de sjamaan en diens gebruik van traditionele rituelen. Het zijn deze aspecten die de meeste toeristen relateren aan de mate waarop de ceremonie door hen als "authentiek" en "traditioneel" wordt ervaren.

De ayahuasca ceremonies zijn *booming* onder de toeristen in Cusco. Deelnemers komen met het doel om zichzelf te ontdekken, psychische problemen of verslavingen te overwinnen, of zijn gewoon

benieuwd naar een onbekende, spirituele ervaring (Arellano 2004, 74) . John heeft een soortgelijke motivatie voor zijn deelname. Zo stond Cusco bovenaan zijn lijst van bestemmingen in Peru, en daarnaast is het gebruiken van ayahuasca een idee dat al vele jaren in zijn hoofd zat. Vanaf jonge leeftijd is hij al geïnteresseerd geweest in psychedelische en geestverruimende middelen. Het geeft hem een diepere connectie met het universum, met verschillende soorten energie en de natuur, doordat het “really strips things back to the basic level.”<sup>47</sup> Binnenkort gaat hij Engelse les geven op een school in Colombia maar is nu nog op reis door Peru. Nadat hij zijn ticket had geboekt, realiseerde hij zich ineens dat Peru de plek was waar ayahuasca oorspronkelijk vandaan komt. Hij voelde zich er – zowel mentaal als fysiek – klaar voor en besloot dat dit het moment was en begon informatie te zoeken op internet naar een ceremonie in Peru. Hoewel er meerdere landen waar ayahuasca regelmatig en legaal gebruikt wordt in ceremonies, zoals Brazilië en Ecuador, wordt Peru eigenlijk altijd als eerst genoemd als plek voor deelname aan een ayahuasca ceremonie (Owen 2006, 48-49). Daarnaast geven de eerste hits op het internet voor een retreat in Peru locaties in Cusco weer, terwijl ayahuasca zijn oorsprong kent in het Amazone gebied (Labate 2014, 3).<sup>48</sup> Hoe komt het dat ayahuasca ceremonies tegenwoordig zo’n groot en belangrijk deel van de mystieke toerismesector in Cusco vormen? Hoe is deze ontwikkeling tot stand gekomen?

#### 4.3.1 Aanbod

In Cusco is het aanbod in de mystieke sector de afgelopen drie decennia ontzettend gegroeid. Zoals eerder genoemd kwam in de jaren tachtig in het Amazone gebied de trend van “*drug tourism*” op, met het gebruik ayahuasca en San Pedro als belangrijkste activiteiten (Fotiou 2010, 119). In de jaren daarna groeide het uit tot een populaire sector die voornamelijk gericht is op Amerikaanse en Europese toeristen (DeRios 1994, 16). Toeristen trekken nu niet alleen meer naar Cusco voor Machu Picchu, maar komen daarnaast om energie en spiritualiteit te vinden in Pisac en de rest van de Sacred Valley (Hill 2007, 433). De toename in werkgelegenheid wordt als een positief aspect van de groei van het toerisme genoemd.<sup>49</sup> Er zijn steeds meer mensen en *agencias* die in het mystiek toerisme werkzaam zijn. Zowel sjamaan Raul als tourguide Antonio vertellen hoe rondom deze sector een grote, commerciële markt is ontstaan waarin enkel grote, professionele bedrijven competeren met talloze kleine (eenmans)bedrijfjes. De keuze voor een bepaalde plek of *agencia* is dan ook erg persoonlijk en hangt af van zowel het type toerist als de ervaring waar deze naar op zoek is. Zo noemt Kristensen (1998) verschillende redenen waarom mensen besluiten ayahuasca te

---

<sup>47</sup> Interview, John, 03-04-2018

<sup>48</sup> <https://www.google.com/search?q=ayahuasca+retreat+peru&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b-ab>, 24-06-2018

<sup>49</sup> Interview, Carlos, 06-04-2018; Interview, Antonio, 28-02-2018

gebruiken. Ze onderscheidt spiritualiteit en zelfontdekking, nieuwsgierigheid, heling en het verlangen naar een vakantie op een exotische plek (Fotiou 2010, 126). Onder de toeristen in Cusco is het spirituele aspect voornamelijk de belangrijkste drijfveer voor het participeren in mystiek toerisme. Men hoopt door middel van een ayahuasca ceremonie zichzelf te ontdekken en zich te ontwikkelen.<sup>50</sup> Voor veel toeristen die naar Cusco komen om een ayahuasca ceremonie te doen, is dat een eenmalige gebeurtenis en vandaar dat het maken van de “juiste keuze” van groot belang is. Zo prefereert Bas een bedrijf professioneel was en alles goed geregeld had. Hij noemt *Etnikas* als voorbeeld van een professionele aanbieder van ayahuasca retreats.<sup>51</sup> *Etnikas* is een groot bedrijf dat ook wel als de pionier van de mystieke sector in Cusco wordt gezien, omdat het de eerste *agencia* in de stad was die zich richtte op deze vorm van toerisme en begon met het aanbieden van ayahuasca ceremonies. Nog steeds zijn ze een van de grootste aanbieders en staan ze bekend als goed, professioneel en betrouwbaar.<sup>52</sup> Ze hebben een grote tempel buiten de stad, met luxe voorzieningen, zoals genoeg schone toiletten, goede bedden en ervaren sjamanen. De prijs van deze retreats is dan wel bovengemiddeld hoog en vandaar dat dit bedrijf zich vooral richt op de Amerikaanse rijke toerist die op zoek is naar een eenmalige, goede ayahuasca ervaring.<sup>53</sup>

#### 4.3.2 Spiritualiteit

Het netwerk van *agencias* dat activiteiten aanbiedt in de mystieke sector is zodoende groot en divers. Allen proberen op hun eigen manier toeristen aan te trekken wanneer het specifiek gaat om een ayahuasca retreat. Een korte blik op de sites van de verschillende aanbieders laat zien dat zij in de promotie van hun diensten allen duidelijk focussen op de spirituele, traditionele en authentieke aspecten van zowel de ceremonie als de ervaring. Zo legt CAISAE vooral de nadruk op het doel van zelfontwikkeling. “*With the ayahuasca retreat you will discover the incredible mystery of healing and spiritual reflection*” staat in grote letters op de homepage van hun site. Daarnaast noemen ze hun ayahuasca ceremonies “*the best mystical experience.*”<sup>54</sup> Ook sjamaan Raul Aribalo zet in op zelfontwikkeling. Met zijn slogan “*Power plants. Beauty and wisdom for human awareness*”<sup>55</sup> onderstreept hij de manier waarop de kracht en energie van planten mensen op spirituele wijze kan helpen zichzelf te ontwikkelen in hun leven. Dreamglade gaat een stap verder, door dit mystieke te koppelen aan het belang van het lokale en traditionele. “*We need to ‘purge’ on every level, emotionally, physically and ‘energetically’ and [Ayahuasca](#) and the use of other [Amazonian medicinal](#)*

---

<sup>50</sup> Interview, Frank, 13-02-2018; Bas, 26-03-2018; Interview, Alexandre, 11-04-2018; Interview, Mike, 03-04-2018

<sup>51</sup> Interview, Bas, 26-03-2018

<sup>52</sup> Interview, Bas, 26-03-2018; Interview, Mike, 03-04-2018

<sup>53</sup> Interview, Carlos, 06-04-2018; Interview, Bas, 26-03-2018

<sup>54</sup> <http://caisae.com/>, 23-06-2018

<sup>55</sup> <https://wachuma.net/cusco/>, 22-06-2018



*plants, in conjunction with local, indigenous knowledge and traditional practices, may help us to do this in a very profound way.*<sup>56</sup> In deze beschrijving komen veel centrale ideeën uit de mystieke sector samen, namelijk de kracht van plantmedicijnen door middel van *purging* en *cleansing* en inzet van lokale en traditionele “kennis”.

Bovengenoemde concepten van spiritualiteit en tradities zijn aspecten die voor toeristen in Cusco een belangrijke rol spelen in het creëren van een authentieke ervaring binnen de ceremonie. Hierbij gaat het vooral om aspecten die de setting beïnvloeden tijdens de ceremonie die de zintuigen prikkelen, zoals licht en geluid (DeRios 1994, 19). Een belangrijk concept is bijvoorbeeld het bewaren van de ruimte, wat inhoudt dat de energie in de ruimte goed is. Dit is ter bevordering van de ervaring met de ayahuasca.<sup>57</sup> Zo moet het bijvoorbeeld donker zijn wanneer de ceremonie begint, en mag men niet rond gaan lopen. Iedereen zit in een kring op de grond of op een bed. Twee andere zaken die een belangrijke rol spelen in het bewaren van de energie zijn *smudgen* en het zingen van Icaros. Zowel Bas als John vertellen hoe de sjamaan aan het begin van de ceremonie binnenkomt en met wierook door de ruimte begint te lopen. Dit ritueel wordt *smudgen*<sup>58</sup> genoemd, wat wordt gebruikt om de energievelden in de ruimte te reinigen zodat men zich kan focussen op het moment van de ceremonie. Wanneer de ruimte “schoon” is, nodigt de sjamaan de deelnemers uit naar voren te komen om de ayahuasca te komen drinken. Soms is dit individueel, soms in kleine groepjes. Wanneer iedereen heeft gedronken en weer terug op zijn plek zit, begint de sjamaan langzaam met het zingen van Icaros.<sup>59</sup> Dit zijn liederen en bezweringen die worden gezongen tijdens de ceremonie. Elke sjamaan heeft zijn eigen repertoire met verschillende Icaros en zorgen deze voor het bevorderen van de *healing*, het zien van visioenen en het contact maken met geesten (Mantere 2013, 32). Mike vertelt hoe Icaros worden gebruikt om de energie te bewegen, zodat de zwaardere energie – dat zijn de problemen en emoties die mensen vasthouden – kan worden losgepeuterd.<sup>60</sup> Binnen de ceremonie nemen de liederen zo een belangrijke functie in ten behoeve van spiritualiteit (Mantere 2013, 32). John herkijnt zich hoe intens dit was voor zijn ervaring, en hoe dit er voor zorgde dat hij zich sterker verbonden voelde met zowel de Moeder Ayahuasca als de aardse energie.

*“So the songs are parts of the tradition, they’re singing to different plant spirits, so it’s to protect, they sing away the bad spirits. It is this big powerful chant and everyone is in this trance. And this time, Erica started singing, she has a really high pitched voice, and like the visions started straight*

---

<sup>56</sup> <https://www.dreamglade.com/about/dreamglade/>, 22-06-2018

<sup>57</sup> Interview, Bas, 26-03-2018; Interview, Mike, 03-04-2018

<sup>58</sup> <http://www.aardemagie.nl/verhalen/contact/smudge-wierook/>, 23-06-2018

<sup>59</sup> Interview, Bas, 26-03-2018; Interview, John, 03-04-2018

<sup>60</sup> Interview, Mike, 03-04-2018

*away, and it's like this whole geometric world unfolding itself in front of me. And [...] I'm like getting all these electric shocks through my body every time that they would start a new verse on the Icaros, and it would be like, a big shock and it's, it's like being electrocuted but in a nice kind of way. And I could feel this energy just pulsing through my body from the earth, it was like going through my heart.”*<sup>61</sup>

#### 4.3.3 Sjamanen

Een ander aspect wat een ontzettend belangrijke rol speelt is de positie van de sjamaan. De sjamaan heeft een centrale plek in de ceremonie en de keuze voor een bepaalde *agencia* of center kan hier dan ook door worden beïnvloed. In de definitie van zowel Brownman (1979) als Hofstee (2014) is de sjamaan de mediator tussen onze wereld en de spirituele wereld. Toegepast op het ayahuasca toerisme is het de taak van de sjamaan om mensen te begeleiden in het “ritueel gebruik van psychotropische planten” (Brownman 1979, 11). Raul vertelt dat het woord sjamaan oorspronkelijk uit Siberië komt en leider van het volk betekent. Deze leider helpt zijn volk dan ook vaak met hun spirituele problemen.<sup>62</sup> Zowel in de sector als in literatuur bestaan verschillende termen waarmee de sjamaan wordt aangeduid. Naast het klassieke *shaman* wordt er ook vaak gesproken van een *curandero* of *ayahuasqero*. Het verschil zit hier in de visie die men heeft op de rol van de sjamaan. De term *curandero* legt de nadruk op ayahuasca als plantmedicijn, dat wordt gebruikt ten behoeve van het behandelen van mentale of fysieke kwalen (Joralemon 1993). Een andere term die men ook gebruikt is *ayahuasqero*. Volgens Raul legt deze term vooral de nadruk op het gebruik van ayahuasca en zijn positie als *proveedor*. Hierbij gaat het dus niet zo zeer om het healing proces maar is dit gewoon degene die zorgt voor de ayahuasca.<sup>63</sup> Wat opvalt is dat deze benamingen zowel in het veld als in de literatuur constant door elkaar heen worden gebruikt. Het naast elkaar bestaan van deze termen geeft de ambiguïteit van de persoon van de sjamaan weer en hoe er onder verschillende actoren diverse identificaties mogelijk zijn.

Vanuit het oogpunt van toeristen in het algemeen wordt de sjamaan voornamelijk gezien als de traditionele heler die bedreven is in het uitvoeren van spirituele rituelen uit de Amazone (Fotiou 2010, 81). Met betrekking tot een perceptie van authenticiteit in mystiek toerisme speelt voor toeristen het vinden van een “traditionele” of “authentieke” sjamaan dan ook een belangrijke rol (Mantere 2013, 60). Het beeld van een dergelijke “traditionele” sjamaan staat gelijk aan dat van een inheemse heler uit de jungle die niet in contact is geweest met de westerse wereld.<sup>64</sup> Toeristen laten

---

<sup>61</sup> Interview, John, 03-04-2018

<sup>62</sup> Interview, Raul, 26-02-2018

<sup>63</sup> Interview, Raul, 26-02-2018

<sup>64</sup> Interview, Mike, 03-04-2018

zich hierbij voornamelijk leiden door fysieke en uiterlijke kenmerken (Mantere 2013, 61). Fotiou laat zien hoe in relatie tot New Age ideeën over primitivisme en spiritualiteit een dergelijke perceptie van de sjamaan geïnterpreteerd kan worden als belichaming van de *exotic Other* (2010, 134). Het is interessant om te zien op welke manier hier door toeristen betekenis aan wordt gegeven. Het beeld en verwachting dat toeristen van tevoren hebben van de “traditionele” sjamaan hoeft niet altijd overeen te komen met de uiteindelijke ervaring. Maar dit maakt de waardering van de ervaring en de ceremonie niet meteen “inauthentiek” of niet “traditioneel”. Juist de eigen ervaring van dit soort constructies en percepties van authenticiteit die de ceremonie die waarde geeft is belangrijk, in plaats van dat het afhankelijk is van de “traditionele” kenmerken van de sjamaan. Zo is niet zijn uiterlijk maar zijn kennis van belang, evenals het feit of hij Quechua spreekt of niet afsteekt bij/ondergeschikt is aan de vibe en het gevoel dat hij oproept.<sup>65</sup> Zo verkoos Steven, een man uit de Verenigde Staten, sjamaan Johana boven een van haar collega’s. *“I really liked her. She had just a huge heart. The other shaman, I didn’t feel a lot of heart from him.”*<sup>66</sup> Voor John gaf de vibe die hij bij zijn center had uiteindelijk de doorslag in zijn keuze voor deze plek. Al tijdens het emailcontact gaf de plek hem een goed gevoel. *“And then, they have a documentary on Youtube, that I watched, and Peter, the guy, he runs the thing, as soon as he started talking I was like oh yeah that’s the place, so genuine and down to earth and legit like, yeah.”*<sup>67</sup> Ook Alexandre relateert het traditionele aspect van de sjamaan niet aan diens uiterlijk, maar juist aan de kennis die deze heeft en de manier waarop hij deze verkregen heeft. Alexandre, afkomstig uit Brazilië, heeft over de afgelopen jaren al meer dan tien ceremonies gedaan in zijn thuisland. Nu, in Peru, is hij op zoek naar een sjamaan die de kennis van zijn voorvaderen heeft geleerd. *“Quiero saber cómo, cómo aún ejecutan los rituales de sus ancestros, como perpetuan esta tradición. Busco a hombres y mujeres medicinales que tienen una relación ancestral con esta medicina por sus ancestros”,* legt hij uit.<sup>68</sup> Zijn focus ligt hierbij op het vinden van deze sjamaan binnen een inheems volk in de Amazone, in plaats van in de stad. Volgens hem zijn er in Cusco ook best goede sjamanen te vinden, maar de meerderheid *“solo mira por la plata, ese entorno financiero y creo que este es [un] problema.”* Alexandre acht de inheemse mensen meer betrouwbaar, omdat zij de kennis via hun familie hebben verworven en zo een diepere relatie met het medicijn hebben.<sup>69</sup>

#### **4.3.4 Ayahuasca als medicijn: zelfontwikkeling en spirituele *cleansing***

De sjamaan neemt een belangrijke rol in binnen de ceremonie en het vinden van een

---

<sup>65</sup> Interview, John, 03-04-2018; Interview, Alexandre, 11-04-2018

<sup>66</sup> Interview, Steven, 13-02-2018

<sup>67</sup> Interview, John, 03-04-2018

<sup>68</sup> Interview, Alexandre, 11-04-2018

<sup>69</sup> Interview, Alexandre, 11-04-2018

“goede” sjamaan is zodoende van groot belang voor toeristen.**bron** Desalniettemin geven zowel veel toeristen als mensen werkzaam in de toerismesector aan dat de deelnemer zelf de belangrijkste positie binnen de ceremonie inneemt. De ayahuasca brengt mensen in de meest intieme connectie met zichzelf, waardoor de ceremonie eigenlijk enkel om de zelf en de eigen ervaring draait.<sup>70</sup> Carlos geeft een voorbeeld: *“Mira, yo soy un profesor de arte, yo tuve que dar las pautas, esto tienes que pintar así con estos colores, esto así, esto así, pero tu vas a ser el que va a hacerlo, yo te digo como. Pero tu eres el que va a hacerlo realidad.”*<sup>71</sup> Carlos laat hiermee zien dat de rol van de sjamaan enkel die van een begeleider tijdens een heel persoonlijke ervaring is. De sjamaan helpt de deelnemer om zichzelf niet te verliezen en zorgt dat hij zich niet alleen voelt. Maar de ervaring en de “reis” moet de deelnemer zelf doen. Binnen de mystieke sector is het *“la ayahuasca es para todos, pero no todos son para la ayahuasca”* een bekende uitspraak.<sup>72</sup> Dit gezegde legt de nadruk op het idee van ayahuasca als medicijn en het belang van je eigen inspanning en de wil om jezelf te ontwikkelen. Dit sluit aan bij het belang van de verwachtingen waarmee men de ceremonie ingaat, en de ervaringen naderhand. Een van de redenen voor deelname aan een ceremonie is helende werking van de plant op fysiek en mentaal niveau (Fotiou 2010, 126). De visie van Steven sluit hier op aan: *“This has to do with personal growth, and seeing maybe it will help me. If it does, it is definitely worth it. It does seem amazing, but you have to wait, and see if there’s any real change. If there’s been a change in you. If there’s been a cleansing.”*<sup>73</sup> Ook via podcasts en Internetsites worden succesverhalen gedeeld waarbij mensen tot nieuwe inzichten komen of een depressie, verslaving of andere angst overwinnen en zich naderhand een “ander mens” voelen.<sup>74</sup>

Mystiek toerisme en daarbij specifiek de ayahuasca ceremonie roept voor toeristen op meerdere manieren ervaringen en percepties van authenticiteit op. Het wordt vaak gepromoot in relatie tot noties van spiritualiteit en lokale tradities. Vanuit deze invalshoek staat voornamelijk de persoon van de sjamaan en de werking van ayahuasca centraal in de ervaring van toeristen. Ervaringen van authenticiteit worden door toeristen constant opnieuw geconstrueerd en onderhandeld in relatie tot wat ze zien en meemaken. Toeristen geven betekenis aan deze ervaringen, door belang en waarde te hechten aan aspecten van persoonlijke ontwikkeling en spirituele *healing*.

Dit hoofdstuk laat zien dat zowel in de culturele als de mystieke sector toeristen niet de enige actoren zijn in de constructie van “authentieke” ervaringen. Dergelijke ervaringen komen enkel tot

---

<sup>70</sup> Interview, Carlos, 06-04-2018

<sup>71</sup> Interview, Carlos, 06-04-2018

<sup>72</sup> Interview, Carlos, 06-04-2018; Interview, Alexandre, 11-04-2018; Interview, Mike, 03-04-2018

<sup>73</sup> Interview, Steven, 13-02-2018

<sup>74</sup> Interview, John, 03-04-2019

stand in dialoog met de representatie die wordt gecreëerd door de toerimesector. In het volgende hoofdstuk zal deze wisselwerking zodoende vanuit het oogpunt van de toerimesector invalshoek worden geanalyseerd.

## 5 Authenticiteit vanuit de culturele en mystieke toerismesector

(Mariska)

Zoals beschreven in het vorige hoofdstuk wordt een idee over authenticiteit vanuit toeristen in de culturele toeristensector vooral geconstrueerd door een idee over wat ‘toeristisch’ is en wat ‘lokaal’ is, maar ook hoe dit door verschillende toeristen anders geïnterpreteerd kan worden, namelijk in *experiential* cultureel toerisme. In dit hoofdstuk zal aan bod komen hoe in Cusco mensen die werkzaam zijn in de toerismesector op deze notie inspelen. Ten eerste wordt ingegaan op de manier waarop tourguides kennis overdragen op toeristen, en hoe zij hierbij een idee van authenticiteit communiceren. Ook zal hierbij ingegaan worden op hoe deze kennis gecommuniceerd kan worden. Ten tweede zal een discussie over authenticiteit die er bestaat in de toerismesector worden belicht. Verschillende gidsen hebben namelijk andere ideeën over authenticiteit. Dit wordt geschetst aan de hand van de Inca-trilogie en Pachamama zoals die worden neergezet door deze gidsen.

### 5.1 Kennis en authenticiteit

*Ik loop door Calle Triunfo wanneer ik ineens een bekende stem hoor. ‘Hola Mariska! Que tal?’ Achter mij verschijnt Brian, een tourguide die werkt voor het populaire hostel Loki. Hij heeft een groepje mensen bij zich, die toeristen blijken te zijn uit Latijns-Amerika. Hij geeft ze een rondleiding door de stad. Ik sluit bij de tour aan, en we stoppen bij ‘La Piedra de los doce Angulos’, een eindje verderop. Brian vertelt de toeristen over deze steen. ‘Deze steen heeft twaalf hoeken. Er zijn veel gidsen die zullen vertellen dat dit als betekenis de twaalf apostelen heeft, of de twaalf maanden van het jaar. Maar dat is onzin, de Inca’s hadden helemaal geen twaalf maanden. En het idee van de twaalf apostelen geloof ik ook niet, want het Christendom kwam pas later in Cusco.’<sup>75</sup>*

In dit fragment is te zien hoe tourguide Brian informatieve kennis overdraagt aan toeristen, en daar zijn eigen draai aan geeft. Hij vertelt over de theorieën die er over de twaalfhoekige steen bestaan, en waarom hij denkt dat deze niet kunnen kloppen. Ook gidsen Luis en Daniel dragen op eenzelfde manier aan toeristen over waar zij hun kennis vandaan hebben, en hoe deze anders is dan bij andere tourguides. Diego vertelt in zijn tours bijvoorbeeld over de vele soorten aardappelen die er in de Inca-tijd waren en er vandaag de dag nog steeds zijn en hoe voedzaam die wel niet zijn. Hij vertelt dit allemaal te weten, ‘omdat hij biologie heeft gestudeerd’. Daniel neemt toeristen in zijn tour mee naar een winkeltje waar allerlei soorten thee op basis van verschillende planten en kruiden met al dan niet helende werking worden verkocht. In dit theehuis vertelt hij hoe andere tourguides nu vooral focussen op het gebruik van coca-thee voor toeristen als hulp bij hoogteziekte. Hij vindt het echter belangrijk dat de toeristen in zijn tour weten dat dit niet alleen een gebruik is voor

---

<sup>75</sup> Veldwerkaantekeningen 30-03-2018, tour Brian.

toeristen, maar al eeuwenlang door mensen in de Andes wordt gebruikt. De manier waarop deze gidsen kennis overdragen sluit aan bij het idee van *front-* en *backstage* zoals dat door toeristen ervaren kan worden, zoals dat beschreven wordt in hoofdstuk 4. De gids scheidt namelijk het idee dat hij kennis overdraagt die ‘veel toeristen’ niet weten. Door de toeristen deelgenoot te maken van deze kennis, geeft hij hen het idee meer te zijn dan ‘toeristisch’.

*De tour van Brian gaat verder, we lopen een trappetje af, en komen bij een winkel met alpaca-truien, waarvan er velen zijn in de stad. De vrouw van de winkel laat de groep rond zich heen staan. Zij heeft vier verschillende lappen stof in haar hand. Wij als groep toeristen moeten nu bepalen welke baby-alpaca, half baby/half gewone alpaca, gewone alpaca en nep is. Als ik Brian later vraag waarom hij met groepen toeristen langs deze winkel gaat, vertelt hij me dat hij daar 100 soles per week voor krijgt, als hij minstens vier keer per week langs komt met een groep. “Maar ik zou het niet doen als het slecht was! Ik vind deze winkel ook echt goed.”<sup>76</sup>*

Dit voorbeeld laat zien hoe de toerismesector in Cusco functioneert. Gidsen gaan met hun tours door de stad langs winkels en prijzen die aan, en in ruil daarvoor krijgen deze gidsen wat geld. In het vorige hoofdstuk werd duidelijk dat dit door de ene toerist als goede, lokale informatie kan worden ervaren, terwijl een ander het ervaart als pure verkoop.

Een ander voorbeeld is gids Frederico. Hij geeft aan dat hij informatie die hij aan toeristen vertelt opgedaan heeft door lang te studeren en veel bij te blijven lezen. Hij vindt het belangrijk niet te onderschatten wat mensen die hier als toerist heen komen ook weten. Op deze manier neemt hij ze serieus, en zodoende ontstaan er open conversaties met toeristen in zijn tour.<sup>77</sup> Zijn visie sluit hiermee aan bij het idee dat toeristen een gevoel van authenticiteit kunnen krijgen, wanneer zij het gevoel hebben direct en persoonlijk contact te hebben met de gids (Prentice 2007, 11). Frederico noemt de gidsen die in het centrum werken, waar Luis, Daniel en Brian bijvoorbeeld deel van uitmaken, nep. Hij vindt dat zij dit niet werkzaam zouden mogen zijn als gids, omdat zij niet zo lang gestudeerd hebben. ‘Los guías de hoy en día son guías de internet.’

Waar Frederico authenticiteit en betrouwbaarheid als gids onder toeristen wil baseren op zijn kennis, door daarover in gesprek te gaan met toeristen en vragen goed te kunnen beantwoorden, wordt dit door gidsen in het centrum anders ingevuld. Zij hebben andere narratieven waaraan zij refereren om een gevoel van authenticiteit te creëren onder toeristen. Ten eerste wordt dit gebaseerd op afkomst. “*I am more Cusqueño than a llama or coca*”<sup>78</sup>, wordt bijvoorbeeld verteld aan het begin van deze tours. Ook wordt authenticiteit in deze tours gezocht door de stad Cusco en

---

<sup>76</sup> Veldwerkaantekeningen 30-03-2018, tour Brian.

<sup>77</sup> Interview met Frederico, 31-03-2018.

<sup>78</sup> Veldwerkaantekeningen tour Alex, 03-04-2018.

het Inca-verleden als romantisch en heel bijzonder te presenteren. “*In Inca times this plaza was called happy place*”, is een voorbeeld daarvan.<sup>79</sup> Het Inca-verleden wordt als groots neergezet, en de gids presenteert zichzelf als ‘lokale overleveraar’ van deze kennis (van den Berghe 2000, 21).

Gidsen communiceren dus op verschillende manieren informatie als authentiek en betrouwbaar naar toeristen. Er is echter ook discussie tussen gidsen onderling over welke informatie als authentiek kan worden beschouwd.<sup>80</sup>

### 5.1.2 Discussie in de toerismesector

Een voorbeeld van deze discussie over authenticiteit kan gevonden worden in hoe verschillende tourguides denken over de *trilogía inca*. In deze kosmologische Inca-filosofie bestaat de wereld uit de Godswereld, de mensenwereld en de onderwereld. Elke wereld heeft een dier als symbool: respectievelijk de condor, de poema en de slang. Deze filosofie over de drie werelden van de Inca’s komt in veel tours door de stad naar voren.<sup>81</sup>

Volgens andere tourguides, die niet over deze *trilogía* vertellen in hun tours, is hoe deze gidsen de filosofie presenteren in hun tour grote onzin. Zij zijn van mening dat dit verhaal alleen maar gecreëerd is voor toeristen, en niets te maken heeft met wat de cultuur daadwerkelijk inhield.<sup>82</sup> Dit refereert dus aan een objectieve benadering van authenticiteit, omdat deze gidsen het als belangrijk achten dat wat er wordt verteld klopt met hoe het daadwerkelijk geweest zou zijn in de geschiedenis (Olsen 2002).

Een tweede voorbeeld van deze discussie over authenticiteit is hoe er in toerisme over Pachamama gesproken wordt. In de meeste tours wordt Pachamama omschreven als ‘Moeder Aarde’ waar de Inca’s in geloofden.<sup>83</sup> Sommige gidsen identificeren zich ook met dit geloof, en presenteren zichzelf aan toeristen als ‘nog gelovend in Pachamama’, ‘trouw aan de oorspronkelijke cultuur’, iets wat volgens hen uniek zou zijn in Cusco.<sup>84</sup> Hiermee wordt een beeld geschetst van ‘de oorspronkelijke cultuur’ waarvan zij zichzelf als afstammelingen beschouwen (Eriksen 2002), wat een manier is waarop zij authenticiteit en betrouwbaarheid in hun tour communiceren. Ook lokale inwoners niet werkend in de toerismesector geven aan dat geloven in Pachamama een hele normale zaak is in Cusco.<sup>85</sup> Zij omschrijven dit als iets dat in de kern van de cultuur zit, omdat niet alleen bij de Inca’s, maar al eeuwen lang op deze manier naar de aarde gekeken wordt. De manier waarop Pachamama

---

<sup>79</sup> Veldwerkaantekeningen tour Julio, 15-02-2018; tour Luis, 02-02-2018; tour Alfonso, 05-02-2018.

<sup>80</sup> Interview met Frederico, 31-03-2018; Interview met Jonatán, 17-03-2018.

<sup>81</sup> Veldwerkaantekeningen tour Alfonso, 05-02-2018; tour Luis 02-02-2018; tour Alex 03-04-2018.

<sup>82</sup> Interview met Miguel, 07-02-2018; Interview met Víctor, 27-02-2018; interview met Jonatán, 19-03-2018.

<sup>83</sup> Veldwerkaantekeningen tour Daniel, 01-02-2018; tour Luis, 02-02-2018; tour Alex, 03-04-2018.

<sup>84</sup> Veldwerkaantekeningen tour met Luis, 02-02-2018.

<sup>85</sup> Veldwerkaantekeningen 27-03-2018; 30-03-2018 gesprek met Leonardo.



in de toerimesector gepresenteerd wordt vinden zij niet echt.<sup>86</sup> Waar deze gidsen vertellen hoe zij hun pachamamaofferingen doen op een speciale plek ver buiten de stad, zeggen anderen dat het bij geloven in Pachamama juist gaat om goed doen aan de aarde, dankbaarheid naar de aarde toe, die je uit door respect te tonen naar de aarde (Pachamama) en niet zozeer door dit soort offeringen.<sup>87</sup> Er is dus discussie over wat Pachamama is, hoe deze geïnterpreteerd zou moeten worden, en hoe er trouw wordt gebleven aan 'de oorspronkelijke cultuur'. Deze 'oorspronkelijke cultuur' is voor iedereen iets anders, er is geen overeenstemming.

### 5.1.3 Pikanterías en La Cusqueñita

Onder invloed van de groei van toerisme in Cusco is het centrum van de stad veranderd. Marco schetst deze verandering aan de hand van *picanterías*. Hij vertelt dat deze eetgelegenheden ooit ontstaan zijn uit de verkoop van *chicha* (paars drankje van mais), waarbij kleine porties eten werden geserveerd '*para picar*'. In een 'traditionele *picantería*' staat in het midden van de ruimte een grote oven, waaromheen wat dieren lopen. Iedereen, ongeacht klasse, zit met elkaar aan een tafel te eten.<sup>88</sup>

Waar er eerst veel *picanterías* in het centrum van Cusco bestonden, zijn deze langzaam verdwenen. Het huren van een plek in het centrum werd namelijk te duur voor veel lokale ondernemers. Ook gids Frederico ziet deze trend als gevolg van de groei van het toerisme, en hij geeft aan dat vooral de afgelopen vijftien jaar het centrum op deze manier veranderd is.<sup>89</sup> In plaats van de *picanterías* zijn er namelijk vele toeristische organisaties in het centrum gekomen.

*Picanterías* worden door lokale mensen als traditioneel voor Cusco beschouwd.<sup>90</sup> Een restaurant wat hier op inspeelt is *La Cusqueñita*. Dit is een restaurant dat voortbouwt op het idee van een *pikantería*, maar dit op grotere schaal heeft ingericht, en zich '*La Cusquenita Tradicional Picantería*' noemt.<sup>91</sup> Marco vindt deze *pikantería* echter niet traditioneel: hij noemt het een plek die speciaal op toeristen gericht is. Dit baseert hij op de manier van koken die ze bij dit restaurant hanteren, die volgens hem niet traditioneel meer is. Dit zou komen doordat er veel tijdsdruk is en het restaurant en de smaak zou zijn aangepast zijn aan de wensen van de toerist.<sup>92</sup> Ook Leonardo noemt dit restaurant 'voor toeristen' en 'niet traditioneel'.<sup>93</sup> Ook al is er vanuit inwoners van Cusco het idee dat dit restaurant niet 'traditioneel' en authentiek is, toch weet *La Cusqueñita* dit voor toeristen wel

---

<sup>86</sup> Veldwerkaantekeningen 27-03-2018, informeel gesprek; Interview Daniel, 06-04-2018.

<sup>87</sup> Interview Daniel, 06-04-2018.

<sup>88</sup> Interview met Marco, 28-03-2018.

<sup>89</sup> Interview met Frederico, 31-03-2018.

<sup>90</sup> Interview Marco, 28-03-2018; Interview Frederico, 31-03-2018.

<sup>91</sup> Veldwerkaantekeningen 27-03-2018.

<sup>92</sup> Interview met Marco, 28-03-2018.

<sup>93</sup> Veldwerkaantekeningen 27-03-2018, gesprek met Leonardo.

zo neer te zetten. Dit omdat er wordt gelinkt aan het idee dat dit iets is wat ‘traditioneel in Cusco’ is (Prentice 2007,13), en toeristen dit ook zo ervaren.<sup>94</sup>

## **5.2 Authenticiteit in de mystieke toerismesector**

**(Chris)**

In het vorige hoofdstuk is gekeken naar de manier waarop percepties van authenticiteit geconstrueerd worden door toeristen in Cusco. Dit is zodoende geanalyseerd vanuit het perspectief van de toeristen en bleek afhankelijk van zowel de verwachtingen van de toerist als de contextuele factoren waarin de ervaring zich afspeelt. In dit hoofdstuk wordt uitgelegd hoe de toerismesector en de lokale bevolking hier op in spelen door een representatie van de lokale en etnische identiteit te construeren.

In relatie tot de culturele sector zal dit worden geanalyseerd aan de hand van de manier waarop tourguides kennis overdragen op toeristen, en hoe zij hierbij gebruik maken van een “authentiek” narratief. Daarnaast wordt laten zien hoe de ervaring en perceptie van authenticiteit in de toerismesector enkel in wisselwerking tot anderen tot stand komt.

In de mystieke sector worden percepties van “authenticiteit” voornamelijk geconstrueerd door middel van aanpassing en inbedding van centrale aspecten in een moderne context. De situatie in Cusco laat zien hoe de sector zich constant aanpast aan en inspeelt op door de toeristen geconstrueerde verwachtingen in relatie tot “authentieke” en spirituele tradities.

### **5.2.1 Cusco als mystieke bestemming**

Volgens Vich (2007) is toerisme een van de manieren waarop geschiedenis en culturele identiteit wordt geconceptualiseerd. Toerisme construeert een bepaald narratief van de natie door toeristische attracties rondom archeologische sites en lokale bevolking te organiseren (Vich 2007, 2; Silverman 2002, 882). Een belangrijke rol in dit proces van beeldvorming ligt bij de nationale overheid. Zoals Silverman (2013) beschreef, heeft de overheid in Peru altijd een significante rol gespeeld in het promoten van het land als toeristische bestemming. De trend van de afgelopen decennia is dat dit in Cusco specifiek wordt gedaan in relatie tot spiritualiteit en mysticisme (Gómez-Barris 2012, 71; Vich 2007, 6). De actuele boost in Cusco’s mystieke sector heeft volgens meerdere sjamanen te maken met een globale tendens op spiritueel vlak, waarin hernieuwde interesse voor culturele, lokale gebruiken en zelfontwikkeling centraal staat (Labate 2014, 4).<sup>95</sup> Cusco, met zijn natuur, landschap, energetische plaatsen, de Apus en de Pachamama vormt zodoende het perfecte decor voor deze spirituele trend (Ghasarian 2014; Owen 2006). In de Sacred Valley rondom de stad kan men al deze dingen vinden en het mystiek toerisme centreert zich dan ook vooral hier. De term

---

<sup>94</sup> Veldwerkaantekeningen 27-03-2018, gesprek met Alice.

<sup>95</sup> Interview, Raul, 26-02-2018; Interview, Antonio, 28-02-2018; Interview, Mike, 03-04-2018

“Sacred” Valley past feilloos in het plaatje van het mystieke landschap en sluit aan bij de manier van mystificatie die wordt ingezet en waarmee Cusco wordt gerepresenteerd. Zo wist Laura, een Française die al jarenlang in Cusco woont, niet wat ik bedoelde toen ik haar naar de Sacred Valley vroeg. “Oh”, zei ze, “je bedoelt de Valley? Wij noemen dat hier gewoon de valley.”<sup>96</sup> Het laat zien hoe de nationale overheid en de toerismesector gebruik maken van een bepaald mystificerend narratief om Cusco aantrekkelijker te maken als bestemming voor toeristen.

### 5.2.2 *Agencias* en commerciële markt

Een dergelijke ontwikkeling is hand in hand gegaan met een proces van commercialisering in de mystieke toerismesector in Cusco. Dit is vooral hand in hand gegaan met een proces van commercialisering. Toeristische ontwikkelingen en de *ayahuasca boom* (Homan 2011) hebben in Cusco geleid tot het ontstaan van een commerciële markt rondom de mystieke sector, dat een omvangrijk netwerk van *agencias* beslaat. Peru is een van de armste landen in Zuid-Amerika en meer dan de helft van de bevolking leeft onder de armoedegrens (Hill 2007, 439). De komst van rijke Westerse toeristen heeft geleid tot een boom in de toerismesector, en vooral de mystieke sector kan dan erg lucratief zijn. Voor een eendaags retreat betaalt men al gauw zo’n honderd tot honderdvijftig dollar per dag.<sup>97</sup> Dit is in Peruaans opzicht ontzettend veel geld en dit heeft deze toeristenindustrie tot een aantrekkelijke sector gemaakt (Hill 2007, 439).<sup>98</sup> Westerse toeristen zijn bereid duizenden dollars te betalen voor een ayahuasca ceremonie en sjamanen spelen hier op in door buitenlandse toeristen meer geld te laten betalen dan Peruanen (Stuart 2002, 38).<sup>99</sup> Het commerciële en lucratieve aspect van de sector brengt negatieve ontwikkelingen met zich mee. Zoals Mike vertelt, zien mensen het succes van anderen en dit trekt aan.<sup>100</sup> De business is open voor iedereen en heeft geleid tot het ontstaan van een *turismo informal*, waarin iedereen kan participeren, onafhankelijk van expertise en opleiding. In plaats van een goede service aan te bieden, heerst er in deze informele sector het idee dat “*el turista es dolares, y si le pueden sacarlo todo lo que puedes, siguen engañandole, y lo va a hacer.*”<sup>101</sup> Oplichters en zogenoemde charlatans worden gezegd enkel geïnteresseerd te zijn in het geld van rijke toeristen (Homan 2011, iii; Mantere 2013, 60). Zowel in Cusco als in andere delen van Peru bestaan er veel verhalen over misbruik en verkrachting bij vrouwelijke deelnemers, en gaan er geruchten over overdoses en dood (Fotiou 2010, 214; Owen 2006, 87).<sup>102</sup>

---

<sup>96</sup> Informeel gesprek, Laura, 29-01-2018

<sup>97</sup> <https://www.dreamglade.com/services/booking-a-retreat/>, 22-06-2018

<sup>98</sup> Volgens Steven (Interview, 13-02-2018) is het gemiddelde salaris voor iemand uit de middenklasse tussen de vierhonderd en vijfhonderd dollar per maand. Voor iemand met een hoge functie binnen een bedrijf is dit ongeveer 1000 dollar.

<sup>99</sup> Interview, Carlos, 06-04-2018

<sup>100</sup> Interview, Mike, 03-04-2018

<sup>101</sup> Interview, Antonio, 28-02-2018

<sup>102</sup> Interview, Antonio, 28-02-2018

### 5.2.3 Beeldvorming

In het vorige hoofdstuk bleek dat de sjamaan een belangrijke rol vervult binnen de ayahuasca retreats, niet alleen tijdens de ceremonie maar ook met betrekking tot ervaringen van authenticiteit. Toeristen gaven aan dat kennis en vibe belangrijke factoren zijn bij de keuze voor een bepaalde sjamaan en/of *agencia*. Eveneens werd laten zien hoe deze *agencias* hun diensten aanbieden vanuit een spirituele invalshoek. Mantere neemt dit waar in de manier waarop zij gebruik maken van exotische benamingen en Quechua termen (2013, 60). De keuze voor de naam *Etnikas* – een van de grootste en meest professionele *agencias* in Cusco<sup>103</sup> – sluit perfect aan bij dit plaatje, doordat de gemaakte link etniciteit gevoelens van natuur en spiritualiteit in plaats van drugsgebruik oproept.<sup>104</sup> Een ander voorbeeld is *Shaman Shop*, de winkel die dichtbij de Plaza de Armas gevestigd is. Ook hier relateert het gebruik van *shaman* aan het spirituele in plaats van aan drugs. Tijdens een interview met eigenaar en sjamaan Kush, die tevens de ceremonies leidt, vraag ik hem om zich even kort voor te stellen. “Mijn sjamaan en spirituele naam is Kush,” zo begint hij. Zijn echte naam wil hij niet zeggen. Het gebruik van exotische dan wel spirituele benamingen en termen kan worden gezien als een manier van “authentieke beeldvorming” waarmee *agencias* en sjamanen een eerste stap zetten in het construeren van een authentiek karakter richting toeristen

### 5.2.4 Positie van de sjamaan

“Drie maanden voordat ik vertrok ben ik een dag op de computer gegaan en heb ontzettend veel research gedaan. Ik heb veel Youtube filmpjes gezien en naar podcasts geluisterd. Uiteindelijk kwam ik bij Dreamglade uit”, vertelt John als ik hem vraag naar de keuze voor zijn center. Hij begon al vroeg met een goede voorbereiding op zijn ayahuasca retreat en maakte een weloverwogen keuze. Niet alle toeristen die naar Cusco komen voor een ayahuasca ceremonie zijn zo goed voorbereid of hebben dusdanig research gedaan (Herbert 2010, 1). Velen verblijven maar korte tijd in Cusco en hebben geen tijd om lang stil te staan bij de keuze voor een bepaald ayahuasca retreat of sjamaan. Ze kiezen snel voor waar ze zich goed bij voelen. Vandaar dat er in de mystieke sector een tendens is ontstaan waarbij de sjamaan zich constant aanpast aan hetgeen wat de toerist wilt of verwacht te vinden (Mantere 2013, 60) Het is vanuit dit gegeven dat het constant opnieuw onderhandelen en construeren van de persoon en identiteit van de sjamaan moet worden begrepen. De sjamaan probeert zich op verschillende manieren aan te passen aan de wensen van de toerist, afhankelijk van wat deze belangrijk vindt. Volgens Hofstee is een sjamaan succesvol wanneer hij “a ‘feel for the game’ or, in other words, a practical sense of knowing what is appropriate in certain

---

<sup>103</sup> Interview, Bas, 26-03-2018; Interview, Mike, 03-04-2018

<sup>104</sup> Interview, Bas, 26-03-2018

circumstances” heeft (Hofstee 2014, 248). Met een dergelijk hybride/fluïde begrip van de sjamaan en de groei van de mystieke sector is het sjamanisme voor iedereen toegankelijk geworden. Iedereen kan naar Peru komen en hier als sjamaan werkzaam zijn. Hij woont niet per se in de jungle en hoeft ook geen inheemse Peruaan te zijn. Zo deed Bas zijn ceremonies bij een Mexicaan, is sjamaan in opleiding Monica afkomstig uit de Verenigde Staten en organiseert Mike als Nederlander diverse mystieke activiteiten. En ook in de rest van de Sacred Valley vindt men tal van Amerikaanse expats die als succesvolle sjamanen werkzaam zijn (Gómez-Barris 2012, 76). Voor toeristen doen deze *extranjeros* als sjamaan niet onder voor de Peruanen Kush en Raul.<sup>105</sup>

### 5.2.5 Expertise en concurrentie

Dit fluïde begrip van de positie van de sjamaan heeft er toe geleid dat de distinctie tussen “goede” sjamanen en “slechte” sjamanen of oplichters lastig is (Stuart 2002, 36). “Iedere sjamaan is anders, heeft zijn eigen manier, zijn eigen blik. Er is geen school die zegt hoe je zou moeten zijn”, vertelt Kush. Deze vrije benadering maakt het onduidelijk wanneer iemand als een “echte” sjamaan bestempeld mag worden. In het sjamanisme zijn er geen specifieke regels, maar heeft men juist vrijheid tot inventiviteit en improvisatie (Hofstee 2014, 247). Dit maakt de positie van de sjamaan tot een grijs gebied dat iedereen op zijn eigen manier kan invullen. Mantere beschrijft hoe grote delen van de lokale bevolking van de een op de andere dag “traditionele” helers of *ayahuasqueros* worden, zonder dat ze hier iets van kennis van hebben (Mantere 2013, 59). De groei van de mystieke sector en bijkomende toename van actieve actoren binnen dit toerisme heeft in Cusco voor een concurrentiestrijd gezorgd (Mantere 2013, 59). Sjamanen halen alles uit de kast om toeristen voor zich te winnen en dit leidt binnen de sector tot veel roddels en laster tussen sjamanen onderling. Zo zegt Raul dat de baas van *Etnikas* een drugsverslaagde is.<sup>106</sup> Miguel noemt Raul vervolgens een New Age figuur voor toeristen, die zich enkel beroept op spirituele veronderstellingen, mythes en legendes in plaats van feitelijke gebeurtenissen.<sup>107</sup> Raul op zijn beurt noemt Kush en diverse andere mensen – die roepen sjamaan te zijn op de *Mercado San Pedro* – charlatans die over geen enkele kennis van de mystieke activiteiten beschikken.<sup>108</sup> Een dergelijk beeld sluit aan bij de veronderstelling dat een groot deel van de sjamanen claimt de beste of de enige met kennis van ayahuasca te zijn (Stuart 2002, 36).

---

<sup>105</sup> Interview, Steven, 13-02-2018; Interview, Bas, 26-03-2018; Interview, John, 03-04-2018; Interview, Mike, 03-04-2018

<sup>106</sup> Interview, Raul, 26-02-2018

<sup>107</sup> Informeel gesprek, Miguel, 07-02-2018

<sup>108</sup> Interview, Raul, 26-02-2018

## 5.2.6 Voorbereiding en ceremonie

Naast de persoon van de sjamaan zijn er meerdere aspecten waarmee de toerismesector – zowel de *agencias* als sjamanen – probeert in te spelen op het creëren van een authentieke ervaring voor toeristen. Het gaat hier vooral om praktische zaken, zoals het concept van *dieta*. Dit is bepaald dieet, waarbij men vanaf een bepaalde periode voorafgaand aan de ceremonie speciale eet- en drinkregels volgt.<sup>109</sup> De tijdsduur van het dieet kan per ceremonie of *agencia* verschillen. Soms start het vasten een paar dagen van tevoren, soms wel een maand. Producten zoals kruiden, suiker, zout, olie, vlees, cafeïne en alcohol zijn verboden (Fotiou 2012, 13-14). Het *dieta* wordt gezien als een belangrijk aspect in de spirituele en helende werking van de plant, omdat dit het lichaam van de deelnemer puur maakt vóór aanvang van de ceremonie. Hierdoor kan er een betere communicatie met de Moeder Ayahuasca worden gemaakt tijdens de ceremonie (Lewis 2008, 124). Hoewel onder andere Fotiou (2012) en Lewis (2008) de *dieta* als een essentieel aspect zien, kwam dit in gesprek met toeristen die hebben deelgenomen een ceremonie minder sterk naar voren. Zij zwakten de relevantie van de *dieta* juist af.<sup>110</sup>

*“About a month before the retreat, when I was still at home, I quit caffeine, what was really tough for me, because I was still working. I also stopped drinking alcohol a month before, and I was eating really healthy, following the diet”,* vertelt John. Echter, toen hij eenmaal op reis ging, onderging hij lange vluchten en maakte hij lange dagen op het vliegveld. Het bijhouden van het dieet werd steeds lastiger en hij merkte dat hij er gestrest van werd. *“So actually, I realized that it was better for me to relax the diet a bit, have a few beers, have a coffee, and it was better for my mind.”* Hij besloot het dieet iets minder streng te volgen en dit had meteen een positieve invloed op zijn mentale gesteldheid.<sup>111</sup> Eenzelfde opvatting komt voort uit een gesprek met Bas. Hij noemt de *dieta* als voorbereiding half spiritueel en half biologisch. Volgens hem is het wetenschappelijk bewezen dat bepaalde producten zoals zuivel en zout inderdaad vermeden moeten worden in combinatie met ayahuasca.<sup>112</sup> *“Maar eigenlijk zou je alleen maar de dag zelf hoeven vasten. Maar het is het spirituele, dat is waarom mensen zeggen drie dagen, andere mensen zeggen drie weken, andere mensen zeggen een maand en je mag ook geen slechte gedachtes hebben, je mag niks eigenlijk. Dat is niet wetenschappelijk bewezen. En ik kan zeggen dat in de jungle, bij heel veel Shipibo stammen, dat ze daar gewoon vlees eten voor de ceremonie.”* Vanuit het oogpunt van de toeristen lijkt de *dieta* dus voornamelijk een spirituele betekenis te hebben en daarom door toerismesector enkel te worden ingezet om een bepaalde ervaring – en daarmee een notie van authenticiteit – te construeren.

<sup>109</sup> Interview, Bas, 26-03-2018

<sup>110</sup> Interview, Bas, 26-03-2018; Interview, John, 03-04-2018

<sup>111</sup> Interview, John, 03-04-2018

<sup>112</sup> Interview, Bas, 26-03-2018

Dit proces staat in nauw verband met de algehele commercialisering van de mystieke toerismesector in Cusco (Gómez-Barris 2012, 75). Met betrekking tot ayahuasca heeft dit geleid tot een aanpassing van de ceremonie, waarbij het gaat om de diensten en omstandigheden waarbinnen dit gebeurt. Voorbeelden hiervan zijn voorzieningen of tijdsduur van de ceremonie. Zo gaven Bas en Mike al eerder aan dat de grotere bedrijven inspelen op de vraag naar luxe en comfort tijdens de ceremonie.<sup>113</sup> Maar ook het aanbieden van een ceremonie binnen een meerdaagse (groeps)reis is een ontwikkeling die vooral in de laatste tien jaar toegenomen is.<sup>114</sup> Veel toeristen verblijven enkel kort in Cusco en hebben geen tijd voor een retreat met meerdere ceremonies.<sup>115</sup> Jonatán schetst het verschil met het verleden. *“Los antiguos maestros ya no existen. Als mensen vroeger ayahuasca wilden gebruiken, of andere mystieke activiteiten wilden doen, trokken ze de jungle in op zoek naar een sjamaan. Deze zei dan tegen die mensen dat ze een week moesten wachten. In die tijd waren er geen hotels of iets dergelijks. Op deze manier keek de sjamaan dan wie er echt geïnteresseerd was en wie niet.”*<sup>116</sup>

Bovenstaande laat zien dat er vanuit de toerismesector er een grote commercialisering van de ayahuasca ceremonies en andere mystieke activiteiten heeft plaatsgevonden. De trend van globalisering, toerisme en hernieuwde interesse voor spiritualiteit heeft ervoor gezorgd dat de mystieke toerismesector voor iedereen toegankelijk is. De eens “lokale” traditie van het sjamanisme in de Amazone heeft zich opengesteld voor mensen van over de hele wereld. Er is een globale trend ontstaan waarin men van over de hele wereld naar Peru komt om de lokale traditie – die inmiddels globaal is geworden – mee te maken. Dit heeft ervoor gezorgd dat de ideeën met betrekking tot percepties van “authenticiteit” niet langer een essentialistisch karakter hebben, maar enkel in dialoog tot stand komen. In het mystiek toerisme ziet men een trend waarop de toerismesector zich constant aanpast ten behoeve van de verwachting en gewenste ervaring van de toerist.

In de gehele toerismesector van Cusco vindt een overeenkomstige tendens plaats waarbij “authentieke” ervaringen vanuit actoren uit de sector constant opnieuw onderhandeld worden. Deze ervaring wordt niet door elke toerist op dezelfde manier geconstrueerd en zodoende speelt de sector in op individuele behoeftes en in relatie tot specifieke contextuele en sociale factoren. In dit hoofdstuk werd laten zien hoe vanuit een dergelijke subjectieve en fluïde benadering van

---

<sup>113</sup> Interview, Bas, 26-03-2018; Interview, Mike, 03-04-2019

<sup>114</sup> Interview, Bas, 26-03-2018

<sup>115</sup> Interview, Mike, 03-04-2018

<sup>116</sup> Informeel gesprek, Jonatán, 21-03-2018

authenticatie en identificatie een proces van wederzijdse beïnvloeding plaatsvindt tussen de verschillende actoren in de toerismesector.



## 6. Discussie & conclusie

Als gevolg van een grote toeristische groei in de afgelopen decennia, is er in Cusco een spanningsveld ontstaan waarbij toeristen en lokale actoren elkaar constant beïnvloeden in de constructie en perceptie van identiteit en authenticiteit. Silverman constateert hoe deze groei in internationaal toerisme in Cusco een spanning tussen de *global* en de *local* teweeg heeft gebracht (2012, 888). Waar toerisme cultureel verschil probeert te promoten – het vinden van de “authentieke”, lokale cultuur – heeft dit enkel tot gevolg dat de verschillen alleen maar kleiner worden (Vich 2007). De lokale “traditie” waarnaar de toerist op zoek is, wordt steeds meer ingebed in *global* discours dat het resultaat is van een constant veranderende dialoog tussen *host* en *guest*. In deze thesis is onderzocht hoe deze processen in zijn werk gaan, waarbij onderscheid is gemaakt tussen de culturele en de mystieke toerismesector. Hier is voor gekozen omdat deze sectoren een andere doel hebben en zo een ander soort toerist aantrekken. Dit is echter niet zo zwart-wit. Sowieso gaat een definitie van “de toerist” niet op en is het niet zo dat een toerist niet zowel cultureel als spiritueel kan zijn.

### 6.1 Motieven voor toerisme

Toeristen bezoeken Cusco om vele verschillende redenen. Eén van de belangrijkste redenen om Cusco te bezoeken binnen het cultureel toerisme is de inca-architectuur, ruïnes en andere aspecten van dit verleden in en rondom de stad. Cultureel toerisme als sector is een breed begrip. Cultureel toeristen in Cusco komen voor bovenstaande dingen, alsmede tours door het centrum, wandelingen in de omgeving, en het beleven van lokale ontmoetingen in de stad. Het inca-verleden wordt in dit contact met toeristen gepresenteerd als groot, bijzonder en onverslaanbaar. Deze uitingen van *incanismo* komen voort uit een inca-herleving die begonnen is als een indigenous movement in de jaren twintig van de vorige eeuw.

Een andere reden voor het toeristische succes wordt gevonden in het mystieke karakter dat in toerisme wordt gepromoot. Beïnvloed door New Age ideeën van hernieuwde interesse in spiritualiteit, vormt Cusco de perfecte locatie voor een zoektocht naar zelfontdekking en een dieper connectie met de natuur. In dit toerisme staan activiteiten als meditatie, yoga, reiki, energetische reiniging en spirituele ceremonies centraal. In deze thesis is de focus binnen deze sector specifiek gelegd op ayahuasca ceremonies. Door het actief inzetten van lichaam en geest hierbij wordt deze vorm van toerisme als een meer “authentieke” vorm van ervaring beschouwd (Arellano 2004, 71). Dit is zodoende een van de manieren waarop de spirituele toerist zich probeert te onderscheiden van het massatoerisme. Vanuit de ideologie van New Age speelt de natuur een

belangrijke rol in het vinden van deze intiemere ervaring . Dit is waar men het pure en “authentieke” van de lokale bevolking lokaliseert (Hofstee 2014).

## **6.2 Identiteitsconstructie: *identidad inca*, *identidad cusqueña* en *identidad turística***

Het toerisme in deze stad centreert zich rondom het “authentieke” karakter van de Inca’s en dit is dan ook de identificatie die wordt ingezet in de constructie van authenticiteit. Silverman (2012) laat zien hoe een dergelijke identificatie op verschillende manieren gecontesteerd wordt door de lokale bevolking. In haar werk laat zij zien hoe de zogenaamde *identidad cusqueña* niet per se gelijk staat aan de *identidad incaica*. Niet iedereen in de stad identificeert zich met het inca-verleden. Deze tendens is vooral zichtbaar onder zowel de *extranjeros* als enkele locals die werkzaam zijn in de toerismesector. Zij karakteriseren de *cusqueño* als zijnde lui, arrogant, egoïstisch en conservatief.

Aan deze *identidad cusqueña* valt ook *identidad incaica* te linken als manier van identificatie in Cusco. Kenmerken van de identiteit die vanuit mensen werkzaam in de toerismesector worden toegeschreven aan *identidad cusqueña*, staan namelijk recht tegenover de identificatie met het Inca-verleden. In identificatie met *identidad incaica* als etnische identiteit wordt het inca-verleden als gedeelde afstamming voorgesteld (Eriksen 2002, Hall 1996, Barth 1998). De geschiedenis wordt als glorieus beschouwd, in tegenstelling tot hoe mensen in Cusco de politieke situatie van vandaag de dag ervaren. Zij ervaren namelijk veel corruptie en vinden dat mensen zich erg egoïstisch gedragen, en het inca-verleden wordt hierbij gezien als een tijd waarin dit allemaal beter was. Dit geeft aan dat identiteit een proces is dat geconstrueerd wordt in dialoog met de sociale omgeving (Hall 1996; Jenkins 2014; Giddens 1991). Niet elke inwoner van Cusco identificeert zich met *identidad incaica* of *identidad cusqueña*, en ook kunnen deze identificaties een andere betekenis hebben voor verschillende personen. Waar bij *identidad cusqueña* de spanningen bestaan tussen lokale bevolking die werkzaam is in de toerismesector en lokale bevolking die dat niet is, zijn dit soort spanningen in *identidad incaica* vooral terug te vinden tussen gidsen onderling, over het narratief dat zij in het contact met toeristen communiceren.

## **6.3 Authenticatie van identiteit in de toeristische context**

De discussie die tussen gidsen onderling plaatsvindt over de presentatie van Inca-identiteit houdt verband met verschillende percepties op authenticiteit. Verschillende gidsen hebben hier namelijk andere ideeën over, en verschillen ook in de manier waarop zij het Inca-verleden presenteren. Verscheidene gidsen presenteren *identidad incaica* door te vertellen hoe onverwoestbaar en sterk de inca’s waren. Een voorbeeld is te vinden in de manier waarop zij praten over de Inca-architectuur:

deze wordt in tegenstelling tot de Spaanse architectuur afgeschilderd als geweldig sterk en niet ingestort tijdens de aardbeving van 1950. Ook wordt hierbij gecommuniceerd hoe een gids zichzelf identificeert als zijnde Inca. Voor toeristen is niet altijd duidelijk of dit is om te verkopen of dat deze identificatie echt is: hierbij kan een gevoel ontstaan dat identiteit gecommuniceerd wordt, wat kan leiden tot het idee dat de presentatie niet authentiek is.

Andere gidsen zijn het dan ook niet eens met hoe *identidad incaica* door anderen wordt gepresenteerd aan toeristen. Zij linken dit vooral aan commodificatie die zij zien in deze manier van presentatie. Zij geven aan dat er vanuit het toerisme een essentiële Inca-identiteit gecreëerd is die niet 'echt' bestaat, maar alleen geconstrueerd is voor de toeristen. Dit linkt aan een objectivistisch standpunt over authenticiteit, omdat zij deze presentatie zien als niet overeenkomstig met hoe dingen 'in de originele cultuur' betekenis kregen (MacCannell 1973; Olsen 2002). Gidsen die zich wel zeggen te identificeren met *identidad incaica* baseren zich vooral op een narratief van afkomstig zijn uit Cusco, en wat zij vinden dat bij die identificatie hoort. Hiermee linken zij aan ideeën over het Inca-verleden, maar ook over identificatie als *cusqueño*. Een punt van discussie kan hierbij zijn of deze presentatie van het Inca-rijk wel zo doelbewust wordt ingezet als sommige gidsen zeggen dat dat gebeurt. Het presenteren of inzetten van een identiteit is namelijk een ingewikkelder proces dan het doelbewust neerzetten van een bepaalde representatie van die identiteit (Giddens 1991). In contact met toeristen wordt deze identiteit dan ook gecommuniceerd als fluïde en onderhandelbaar proces (Hall 1996).

Dit is dan ook te linken aan hoe men zich op individueel niveau verschillend identificeert met *identidad incaica* of *identidad cusqueña*. *Identidad cusqueña* en *identidad incaica* worden zo dus ook juist op persoonlijk niveau geconstrueerd in interactie met de sociale omgeving. Dit proces van identiteitsconstructie is in voortdurende ontwikkeling en dialoog (Erikson 1968; Hall 1996).

#### **6.4 Authenticiteit vanuit toeristen in dialoog met lokale bevolking**

Deze constructie van identiteit vanuit de toerismesector behelst dus een zeker narratief over wat 'de lokale identiteit' inhoudt. Dit speelt in op de notie dat vanuit toeristen percepties van authenticiteit vooral geconstrueerd worden door narratieven van 'lokaal' en 'toeristisch'. In deze manier van denken kan de theorie van MacCannell (1973) over front en backstage worden toegepast op een constructivistische manier. Toeristen ervaren vaak een verschil in 'lokaal' en 'toeristisch', waarbij zij 'lokaal' als het authentieke beschouwen. 'Lokaal' kan hier worden gelinkt aan de backstage, de plek die toeristen als authentiek en typisch voor de lokale cultuur beschouwen. 'Toeristisch' wordt dan vaak beschouwd als frontstage; de plek waar zij als toeristen met lokale mensen in contact komen. Gidsen presenteren, zoals eerder genoemd, in dit contact met toeristen een narratief van 'ik ben lokaal', en haken daarmee aan bij de manier waarop toeristen deze dialoog

ervaren. Dit linken zij dan ook aan noties van etniciteit: zij benadrukken in tours dat zij echt hier vandaan komen, dat zij afstammen van de Inca's, en op deze plek hun roots hebben.

Toeristen ervaren vooral een scheiding in verschillende delen van de stad, die zij als 'toeristisch' dan wel 'lokaal' ervaren. Dit verschil in front en backstage in hoe toeristen dat zien, lijkt hiermee een heel zwart-wit gegeven te zijn. Deze wereld zijn echter geen compleet gescheiden sectoren: ze zijn fluïde, en het is ook juist in die discussie waar een notie van authenticiteit fluïde is voor toeristen. Contact met mensen in de toerismesector wordt namelijk soms als niet 'lokaal' en te 'commercieel' beschouwd, maar hierin is een nuance te trekken. Dit gaat in tegen hoe Hill schrijft dat vaak alleen een niet authentiek contact wordt gevonden in toerisme. Ook in toerisme kan dit contact als authentiek worden ervaren.

Dit verschil in perceptie van authenticiteit tussen toeristen onderling wordt beschreven in theorieën van experiential cultural tourism (Wang 1999; Prentice 2001; McKercher 2002). Hierin wordt de ervaring van de toerist centraal gesteld als gegeven waar authenticiteit op gebaseerd wordt. Zo wordt meer onafhankelijkheid, de aanwezigheid van minder toeristen als authentieker ervaren door toeristen. Zij creëren deze ervaringen door ideeën over hoe zij toerist zouden moeten zijn (Urry 2011), om te zetten in een gepersonaliseerde ervaring, waardoor een gevoel van authenticiteit in die ervaring geconstrueerd kan worden. In deze theorie wordt authenticiteit ook gebaseerd op hoe ervaringen voldoen aan verwachtingen die een toerist van tevoren heeft (Prentice 2001). Toeristen die met elkaar deelnemen aan dezelfde tour, hebben bijvoorbeeld verschillende ideeën en percepties over of een tour authentiek voelt of niet.

Om deze ervaring voor de toerist authentiek te maken, bestaan er vanuit gidsen dan ook verschillende manieren waarop ze hun informatie presenteren als zijnde authentiek, waarmee zij niet altijd aan kunnen sluiten bij alle toeristen in een groep. Wel laten zij door persoonlijk contact, bestudeerde kennis en dialoog met de toerist zien waarom toeristen hun informatie en tour kunnen vertrouwen.

In de mystieke sector is de constructie van authenticiteit voornamelijk geanalyseerd in relatie tot ayahuasca ceremonies. Mystiek toerisme en daarbij specifiek de ayahuasca ceremonie roept voor toeristen op meerdere manieren ervaringen en percepties van authenticiteit op. Dit zijn zowel contextuele als persoonlijke factoren. Activiteiten in de mystieke sector worden vaak gepromoot in relatie tot noties van spiritualiteit en lokale tradities. Vanuit deze invalshoek staat voornamelijk de persoon van de sjamaan en de werking van ayahuasca centraal in de ervaring van toeristen. Waar voorheen een essentialistisch beeld van de sjamaan als belichaming van de *exotic Other* centraal stond, komt de mate waarin dit percepties van authenticiteit construeert tegenwoordig voort uit een constructivistisch dialoog tussen toerist en sjamaan. Ervaringen van authenticiteit worden door

toeristen constant opnieuw geconstrueerd en onderhandeld in relatie tot wat ze zien en meemaken. Toeristen geven betekenis aan deze ervaringen, door belang en waarde te hechten aan aspecten van persoonlijke ontwikkeling en spirituele *healing*. Ideeën met betrekking tot percepties van authenticiteit komen enkel nog in dialoog tot stand. Vanuit de toerismesector wordt er steeds meer op deze ontwikkeling ingespeeld. Als gevolg van de sterke trend van commercialisering die de mystieke sector heeft ondergaan, past men zich constant aan ten behoeve van de verwachting en gewenste ervaring van de toerist. Dit gebeurt bijvoorbeeld met betrekking tot de persoon van de sjamaan, maar ook de voorbereiding, verwachting en duur van de ceremonie. De tendens tot hybride identificatie en authenticatie vanuit de toerist heeft de sector er toe gezet percepties van authenticiteit in relatie tot individuele behoeftes en specifieke contextuele en sociale factoren te construeren.

### **6.5 Authenticatie in beide sectoren**

Hoewel de beide sectoren in deze thesis apart zijn benaderd, zijn er overlappende tendensen te vinden. Zo is in beide vormen van toerisme een trend ontstaan die percepties van authenticiteit lokaliseert in de ervaring. In relatie tot het *experiential* toerisme (Prentice 2001) wilt men niet langer enkel observeren, maar heeft als doel een bepaalde ervaring mee te maken. Zowel in cultureel als spiritueel toerisme worden ervaringen van authenticiteit tot *commodities* verheveld die men kan aanschaffen (Owen 2006, 62).

Verder is een belangrijk overlap punt dat zowel in mystiek als cultureel toerisme gezocht wordt naar een traditionele, authentieke cultuur. In cultureel toerisme wordt dit gezocht in inca-cultuur in de stad, waarbij zowel inca-verleden als het lokale leven van vandaag de dag belangrijk is. Een ander aspect wat wij in beide sectoren waarnamen, was de onderlinge concurrentie in de toerismesector. De relatie tussen zowel gidsen als sjamanen was erg competitief.

### **6.6 Suggesties voor verder onderzoek**

In deze scriptie zijn toeristen die slechts een paar dagen naar Cusco komen als cultureel toerist ondergerepresenteerd, door de gekozen methoden in de uitvoering van het onderzoek. Het zou interessant zijn om ervaringen van deze toeristen naast ervaringen van de toeristen in deze scriptie te leggen, dit zou namelijk een rol kunnen spelen in hun percepties op authenticiteit, gelinkt aan de diepte van de ervaring die zij zoeken. Verder was er in deze scriptie eigenlijk geen ruimte om diep in te gaan op presentatie van het Inca-verleden als post-koloniaal narratief, terwijl het enorm interessant zou zijn om te kijken naar deze invloeden. Daarnaast is er beperkt ruimte geweest voor onderzoek naar de invloed in de toerismesector van grote toeristenorganisaties, UNESCO en de Peruaanse overheid. Het zou interessant zijn om te kijken naar hoe lokale ondernemers deze

invloeden ervaren in hun activiteiten in de toerimesector en hoe getracht wordt Cusco te beschermen. Verscheidene gidsen hebben namelijk aangegeven hier de laatste decennia verandering in te merken.

Ook hebben wij in het veld veel gehoord dat oudere generaties zien hoe toerisme invloed heeft in het leven van de jongere generatie. Dit komt mede door de vele veranderingen in het centrum. Het zou hierbij interessant zijn om verder onderzoek te doen naar het contact van deze jongeren met toeristen, waarvan een bekend voorbeeld *bricheros* zijn. Dit is interessant om te onderzoeken in samenhang met de uitgaanscultuur in Cusco.

In het antropologische debat betreffende toerisme wordt vaak de vergelijking gemaakt met toerisme als religie. Hierbij wordt toerisme en de zoektocht naar authenticiteit als een *pilgrimage* voorgesteld. In relatie tot mystiek toerisme zou dit een interessante invalshoek voor verder onderzoek zijn. Specifiek met betrekking tot de ayahuasca ceremonie spreekt Fotiou hier van een rite de passage, waarbij de ceremonie de liminale fase construeert (2010, 264). De nadruk ligt hier zodoende nog meer op de spirituele kant en de ervaring van liminaliteit.

## Bibliografie

Anderson, B., 2006. *Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism*. London: Verso Books.

Arellano, A. 2004. "Bodies, spirits, and Incas: performing Machu Picchu." In: *Tourism Mobilities: Places to Play, Places in Play*. Eds. M. Sheller and J. Urry. New York: Routledge. 67-77.

Barth, F. 1998. *Ethnic groups and boundaries: The social organization of culture difference*. Waveland Press.

Brownman, D. and R. Schwarz. 1980. *Spirits, Shamans, and Stars: Perspectives from South America*. Berlin: Walter de Gruyter.

Burns, P.M. 1999. *An Introduction to Tourism & Anthropology*. New York: Routledge.

Cohen, E. 1972. "Towards a Sociology of International Tourism." *Social Research* 39(1): 164-182.

Cohen, E. 1988 "Authenticity and commoditization in tourism." *Annals of Tourism Research* 15(3): 371-386.

De la Cadena, M. 2000. *Indigenous Mestizos: the politics of race and culture in Cuzco, Peru, 1919-1991*. Durham: Duke University Press. DeRios, D. 1994. "Drug Tourism in the Amazon." *Anthropology of consciousness*: 16-19.

Eriksen, Thomas Hylland. 2002. *Ethnicity and nationalism: Anthropological perspectives*. New York: Pluto Press.

Eriksen, T. 2007. *Globalization: The Key Concepts*. New York: Palgrave MacMillan.

Erikson, Erik. 1968. *Identity, Youth and Crisis*. New York: W. W. Norton Company.

Fotiou, E. 2010. "From Medicine Men to Day Trippers: Shamanic Tourism in Iquitos, Peru." Thesis, University of Wisconsin.

Fotiou, E. 2012. "Working with 'La Medicina': Elements of Healing in Contemporary Ayahuasca Rituals." *Anthropology of Consciousness* 23(1): 6-27.

Ghasarian, C. 2014. Journeys to the Inner Self: Neo-Shamanism and the Search for Authenticity in Contemporary New Age Travel Practice. In *Tourism and the Power of Otherness: Seductions of Difference*. Eds. D. Picard and M. Di Giovine. Channel View Publications. 176-191.

Giddens, A. 1991. *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Cambridge: Polity Press.

Goffman, E. 1959. *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Doubleday.

Gómez-Barris, M. 2012. "Andean Translations. New Age Tourism and Cultural Exchange in the Sacred Valley, Peru." *Latin American Perspectives* 39(6):68-78.

Hall, Stuart, and Paul Du Gay. 1996. *Questions of Cultural Identity: SAGE Publications*. London: Sage.

Harner, M. 1980. *The Way of the Shaman: a Guide to Power and Healing*. San Francisco: Harper and Row.

Harkin, M. 1995. "Modernist anthropology and tourism of the authentic." *Annals of Tourism Research* 22(3): 650-670.

Herbert, A. 2010. "Female Ayahuasca Healers Among the Shipibo-Konibo (Ucayali-Peru) in the Context of Spiritual Tourism." Núcleo de Estudos Interdisciplinares, NEIP. Avalaibe in: [www.neip.info](http://www.neip.info).

Hill, M. 2007. "Contesting patrimony: Cusco's mystical tourist industry and the politics of Incanismo." *Ethnos* 72(4): 433-460.

Hill, M., 2008. "Inca of the blood, Inca of the soul: embodiment, emotion, and racialization in the Peruvian mystical tourist industry." *Journal of the American Academy of Religion*, 76(2): 251-279.

Hofstee, W. and A. van der Kooij. 2014. *Religion Beyond Its Private Role in Modern Society*. Brill.



Homan, 2011. Charlatans, seekers, and shamans: The ayahuasca boom in Western Peruvian Amazonia. Thesis, University of Kansas.

Jenkins, Richard. 2014. *Social identity*. New York: Routledge.

Joralemon, D. 1993. *Sorcery and shamanism: curanderos and clients in Northern Peru*. Salt Lake City: University of Utah Press.

Labate, B. Cauby and C. Cavnar. 2014. *Ayahuasca Shamanism in the Amazon and Beyond*. Oxford University Press.

Lewis, S. 2008. "Ayahuasca and Spiritual Crisis: Liminality as Space for Personal Growth." *Anthropology of Consciousness* 19(2): 109-133.

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

MacCannell, D. 1976. *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. Clinton: The Colonial Press.

Macleod, Donald V.L. and James G. 2010. *Carrier. Tourism, power and culture: anthropological insights*. Bristol: Channel View Publications.

Mantere, V. 2013. "Westerners in search of the legendary potion : ayahuasca travel in the borderland between tourism and pilgrimage." Thesis, Abo Akademi University.

McKercher, B. 2002. "Towards a classification of cultural tourists." *International journal of tourism research* 4(1): 29-38.

Nash, 1977. "Tourism as a Form of Imperialism." *Hosts and guests: The anthropology of tourism*. In V. Smith, ed.: 33-47. Oxford: Blackwell.

Olsen, K. 2002. "Authenticity as a concept in tourism research. The social organization of the experience of authenticity." *Tourist Studies* 2(2): 159-182.

- Owen. 2006. *Marketing Mysticism and the Purchase of Pilgrimage: The Rise of Spiritual Tourism in Cusco and Iquitos, Peru*. Doctoral thesis.
- Prentice, R. 2001. "Experiential cultural tourism: Museums & the marketing of the new romanticism of evoked authenticity." *Museum Management and Curatorship* 19(1): 5-26.
- Said, E. 1978. *Orientalism: Western Concepts of the Orient*. London: Routledge and Kegan Paul.
- Shepherd, R. 2002. "Commodification, culture and tourism." *Tourist Studies* 2(2): 183-201.
- Silverman, H. 2002. "Touring Ancient Times: the Present and Presented Past in Contemporary Peru." *American Anthropologist* 104(3): 881-902.
- Silverman, H. 2013. "Imagining and performing the Incas." In *Heritage and Tourism: Place, Encounter, Engagement*. Eds. R. Staiff, R. Bushell and S. Watson. New York: Routledge. 128-151.
- Simon, B. 2009. "Sacamefotos and Tejedoras: Frontstage Performance and Backstage Meaning in a Peruvian Context." In *Cultural Tourism in Latin America: The Politics of Space and Imagery*. Eds. J. Baud and J. Ypeij. Boston: Brill. 117-140.
- Stuart. 2002. "Ayahuasca tourism: a cautionary tale." *Maps* 7(2): 36-38.
- Theodossopoulos, D. 2013. "Laying Claim to Authenticity: Five Anthropological Dilemmas." *Anthropological Quarterly* 86(2): 337-360.
- Turner, L. and J. Ash. 1975. *The Golden Hordes: International Tourism and the Pleasure Periphery*. London: Constable.
- Urry, J. and J. Larsen. 2011. *The tourist gaze 3.0*. London: Sage.
- Van den Berghe, Pierre L. and Jorge Flores Ochoa. 2000. "Tourism and nativistic ideology in Cusco, Peru." *Annals of Tourism Research* 27(1): 7-26.
- Van den Berghe and Pierre L. 2001. "El Camino Inca: A Profile of Cusco Tourists." *International journal of hospitality & tourism administration* 1(3-4): 99-110.

Van de Port, M. 2005. "Circling around the Really Real: Spirit Possession Ceremonies and the Search for Authenticity in Bahian Candomblé." *Ethos* 33(2): 149-179.

Vich, V. 2007. "Magical, Mystical: 'The Royal Tour' of Alejandro Toledo." *Journal of Latin American Cultural Studies* 16(1): 1-10.

Wang, Ning. 1999. "Rethinking authenticity in tourism experience." *Annals of tourism research* (26)2: 349-370.

Zhu, Y. 2012. "Performing heritage: rethinking authenticity in tourism." *Annals of Tourism Research* 39(3): 1495-1513.