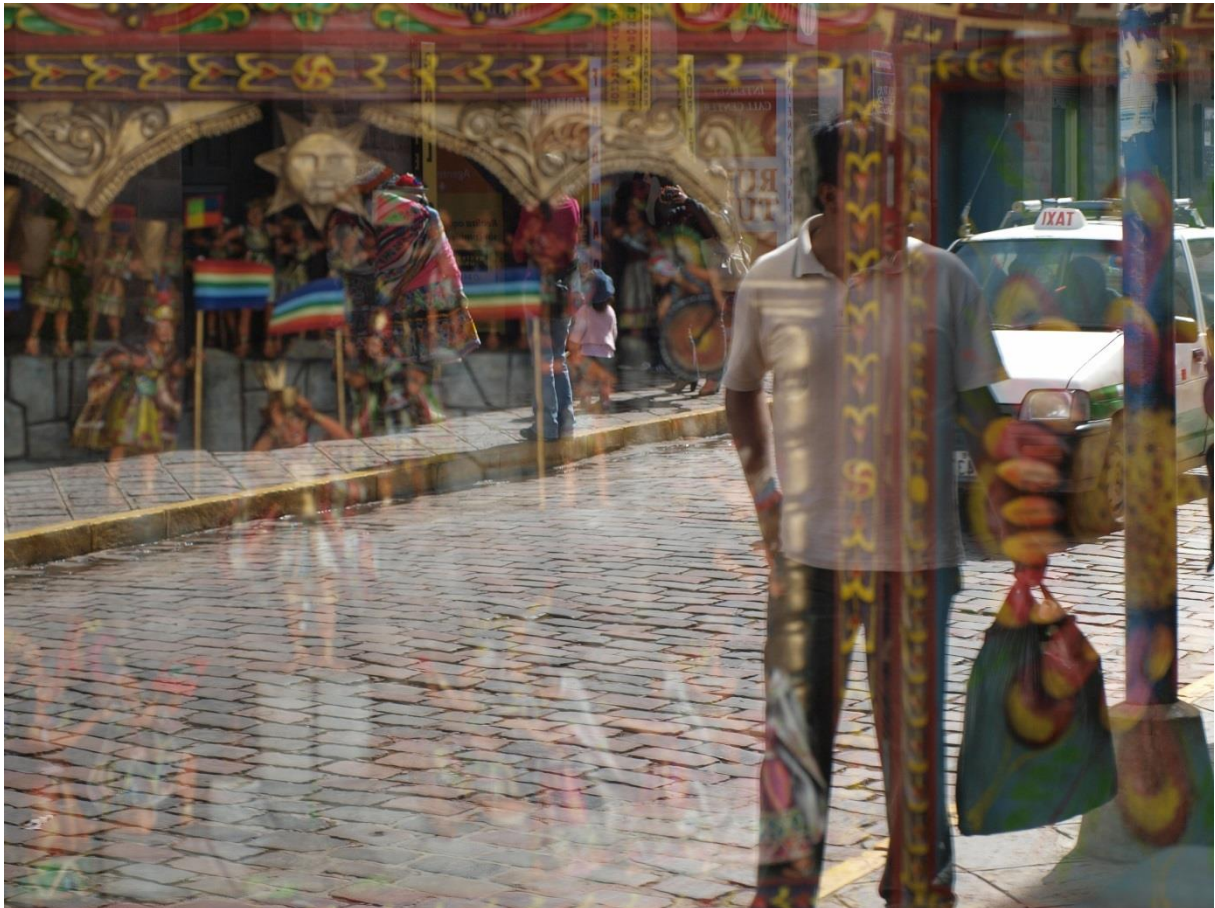


# Waar zijn de Inca's?

## De wederzijdse beïnvloeding van toeristen en Peruanen in de toeristensector in Cuzco



"You must be modern, but realize that you can't be modern"  
(Nugent, 2006:14, in Hill, 2007:446)

Joëlla de Visser  
1017608  
Bachelor scriptie  
Latijns-Amerika Studies  
Universiteit Leiden  
Juli 2014

Onder begeleiding van Dr. P.A. Isla Monsalve

Bron van de foto van het voorblad: Joëlla de Visser  
Een Peruaanse man loopt langs een vitrine waarin de Incaceremonie *Inti Raymi* wordt uitgebeeld.

# Inhoudsopgave

Inleiding .....	5
Hoofdstuk 1	
Toerisme en identiteit: een theoretisch overzicht .....	7
1.1 Het reizen van de bevoorrechte minderheid: toerisme .....	7
1.1.1 Korte geschiedenis van het toerisme .....	7
1.1.2 Reizigers vs. toeristen .....	8
1.1.3 Positieve en negatieve gevolgen van het neoliberal beleid.....	10
1.1.4 <i>Host</i> : de gastheer van het bestemmingsland.....	12
1.1.5 Op zoek naar de gemeenschappelijke totems.....	13
1.2 Theorievorming van identiteit.....	15
1.2.1 De constructie en definitie van de identiteit .....	15
1.2.2 Historische ontwikkeling van de term identiteit.....	16
1.2.3 De verschillende dimensies van de identiteit .....	17
1.2.3.1 Sociale identiteit.....	17
1.2.3.2 Nationale identiteit .....	18
1.2.3.3 Culturele en etnische identiteit.....	18
1.3 De zoektocht naar authenticiteit .....	19
1.3.1 Authenticiteit in relatie met toerisme.....	19
1.3.2 <i>Performance</i> .....	20
Hoofdstuk 2	
De Peruaanse situatie: toerisme en het <i>incanismo</i> .....	22
2.1 Demografische en historische context van Peruaanse toeristensector .....	22
2.2 De politiek vanaf 1990 .....	24
2.2.1 Fujimori en de <i>fujishock</i> .....	24
2.2.2 De inheemse presidenten Toledo en Humala .....	26
2.3 <i>El turista es su amigo</i> : de toerist is uw vriend .....	28
2.4 Toerisme en toeristen in Cuzco .....	30
2.4.1 Verschillende soorten toerisme in Cuzco .....	31
2.5 Het verheerlijken van de Inca's door het <i>incanismo</i> .....	32
Hoofdstuk 3	
De ontmoeting tussen toerist en <i>host</i> in de praktijk: <i>bricherismo</i> .....	37
3.1 Seks, drugs en alcohol in de toeristensector van Cuzco .....	37
3.2 <i>Bricherismo</i> : actief incanisme .....	39
3.2.1 De opkomst van het <i>bricherismo</i> .....	39

3.2.2 El nuevo brichero: de nieuwe brichero .....	42
3.3 <i>Bricherismo</i> : onderzoeksresultaten uit de praktijk.....	43
3.3.1 De ontmoetingen tussen toeristen en <i>bricheros</i> .....	43
3.3.2 Aantrekkelijkheid.....	44
3.3.3 Het verloop van relaties tussen toeristen en Peruanen.....	45
3.3.4 Seks, condoomgebruik en soa's .....	47
Conclusie .....	50
Bibliografie.....	53

## Inleiding

In de globaliserende wereld van de 21<sup>e</sup> eeuw wordt het steeds gemakkelijker om andere culturen en landen te bezoeken. Voornamelijk voor de rijkere westerlingen is de drempel erg laag om een bezoek aan het buitenland te brengen. Het toerisme is mede daardoor een steeds belangrijker wordende sector. De toeristen zoeken naast ontspanning en vertier ook steeds meer naar een persoonlijke ontwikkeling en authentieke ervaringen tijdens de toeristische reis. Het toerisme beïnvloedt hun identiteit en zij zoeken een reis om 'nooit te vergeten'. Reizen naar derde wereldlanden voldoen meestal aan deze criteria.

Ook heeft het toerisme een belangrijke economische waarde, omdat zij veel geld oplevert en banen creëert. Het neoliberalisme van de 20<sup>e</sup> eeuw zag in het toerisme een manier om landen met een slechte economie er bovenop te helpen. Dit beleid werd vooral gebruikt bij derde wereldlanden in Afrika en Latijns-Amerika. Het Latijns-Amerikaanse land Peru maakte in de jaren '90 van de vorige eeuw ook kennis met het neoliberalisme. De al bestaande toeristensector van Peru maakte grote positieve en negatieve veranderingen mee door het neoliberalisme.

Deze veranderingen en de toenemende toeristenstroom beïnvloedden ook de Peruaanse bevolking. Toerisme kan een zegen of een vloek zijn voor het land van bestemming en zijn inwoners. Om te onderzoeken wat het toerisme voor de Peruaanse bevolking betekent, wordt er in deze scriptie onderzoek gedaan naar de toeristensector van Cuzco. Deze Zuid-Amerikaanse stad is gelegen op 3300 meter hoogte in het Andes gebergte in Peru en trekt door zijn rijke geschiedenis miljoenen toeristen. De Inka cultuur van eeuwen geleden heeft hier zijn sporen achtergelaten en heeft nog steeds veel invloed op de identiteit van de bevolking van Cuzco.

De onderzoeksvraag van deze scriptie is: Hoe beïnvloedt de toeristensector van Cuzco de identiteitsontwikkeling van de toerist en de *host*, en hoe verhouden deze identiteiten zich tot elkaar? De hypothese is dat toerisme geen invloed heeft op de identiteitsontwikkeling van de toerist, maar wel op de identiteitsontwikkeling van de *host*. De toerist beïnvloedt de identiteit van de *host* en deze is hiermee de ondergeschikte. Bij het onderzoek zal er gebruik worden gemaakt van kwantitatieve en kwalitatieve bronnen, die uitgevoerd en verkregen zijn door onderzoekers en instanties.

Hoofdstuk één geeft een theoretisch overzicht van de concepten die komen kijken bij het vinden van het antwoord op de onderzoeksvraag. Omdat toerisme in deze scriptie centraal staat, zullen er definities worden gegeven van de meest relevante begrippen en theoretische benaderingen die met toerisme te maken hebben. Er wordt gekeken naar de mogelijke redenen van de toeristen om een toeristische reis te ondernemen en ook de motivatie van de lokale bevolking om zich bezig te houden met toerisme komt aan bod. De rol die authenticiteit speelt in het toerisme voor zowel de toerist als de lokale bevolking zal in dit hoofdstuk worden behandeld. Daarnaast wordt het concept identiteit en de relatie die deze heeft met toerisme worden bekeken.

In het tweede hoofdstuk staan de politieke-, economische- en sociale ontwikkelingen van Peru centraal. Er zal worden geanalyseerd in hoeverre etniciteit wordt gebruikt als strategie van de politiek vanaf 1990 en de Peruaanse presidenten Alberto Fujimori, Alejandro Toledo en de huidige president Ollanta Humala komen hierbij aan bod. Ook zal er aandacht worden besteed aan de invloed van de politieke-, economische- en sociale ontwikkelingen op de toeristensector van de stad Cuzco. Waarom toeristen graag naar Cuzco komen zal worden behandeld aan de hand van het cultureel-, romantisch- en mystieke toerisme. Ook zal er gekeken worden naar welke voor- en nadelen de lokale bevolking ondervindt door de komst van het massatoerisme. Tot slot wordt er gekeken naar de beweging van het incanisme en hoe deze in relatie staat met de ontwikkelingen van de toeristensector.

Het derde hoofdstuk zal onderzoeken hoe de interactie tussen de toeristen en de Peruanen tot stand komt en op welke manier zij van elkaar gebruik maken. Dit hoofdstuk gaat dieper in op het romantische toerisme in Cuzco en onderzoekt een uiting van het incanisme genaamd *bricherismo*. Het gebruik van gecreëerde identiteiten staat hierbij centraal. De theoretische benaderingen van hoofdstuk één zullen in de analyse van dit fenomeen worden toegepast. Tenslotte zal er in de conclusie een antwoord worden gegeven op de onderzoeksvraag.

# Hoofdstuk 1

## TOERISME EN IDENTITEIT: EEN THEORETISCH OVERZICHT

Dit hoofdstuk beschrijft de hedendaagse theorie over de concepten toerisme, identiteit en authenticiteit. De bijbehorende definities zullen hierbij worden uitgelegd.

### 1.1 Het reizen van de bevoorrechte minderheid: toerisme

Pas vanaf de jaren '70 van de 20<sup>e</sup> eeuw werd er aandacht besteed aan toerisme als onderzoeksthema voor academici. Hiervoor werd het thema nog niet gezien als een goede basis voor onderzoek, mede omdat er nog weinig bekend was over toerisme (Nash, 1996 in Stronza, 2001). Vandaag de dag wordt toerisme veel gebruikt als onderzoeksonderwerp door met name andere antropologen, sociologen en psychologen. Het is een relatief nieuw thema dat van groot economisch- en sociaal belang is.

#### 1.1.1 Korte geschiedenis van het toerisme

Het toerisme zoals men die nu in de 21<sup>e</sup> eeuw kent, verschilt veel in vergelijking met het toerisme van de eeuwen hiervoor. Het massatoerisme is pas echt ontstaan in de 20<sup>e</sup> eeuw, doordat het gemakkelijker werd om te reizen door onder andere de komst van de vliegtuigen. Rond de jaren '60 werd er voldaan aan de drie voorwaarden die nodig zijn om te reizen: infrastructuur, voldoende inkomen en vrije tijd. Door de grote middenklasse die was ontstaan waren veel mensen in staat om te reizen (Higgins-Desbiolles, 2006).

Voor de 20<sup>e</sup> eeuw waren er ook al vormen van toerisme, maar werden deze destijds niet zodanig aangeduid. Ook werd er nog niet over toeristen gesproken, maar eerder over reizigers. Zoals pelgrims, die met hun pelgrimages in de middeleeuwen op zoek waren naar plekken van religieus belang. Zij gingen op reis vanwege het geloof, de handel, maar ook om kennis te maken met verre landen en vreemde mensen (Galani-Moutafi, 2000: 206). Zij zochten authentieke ervaringen, net als veel van de hedendaagse toeristen (MacCannell, 1973; Turner & Turner, 1978 in Stronza, 2001). Toeristen zijn echter meer op zoek naar plekken van sociale, culturele of geschiedkundig belang (MacCannell, 1973:593). Pelgrimages worden over het algemeen niet gezien als toerisme.

Een van de eerste reisondernemingen die we wél zouden kunnen betitelen als een toeristische onderneming, is de *Grand Tour* uit de 17<sup>e</sup>, 18<sup>e</sup> en 19<sup>e</sup> eeuw. In de 17<sup>e</sup> eeuw werd dit de *Klassieke Grand Tour* genoemd en in de 18<sup>e</sup> en 19<sup>e</sup> eeuw de *Romantische Grand Tour* (Towner, 1985: 313). Dit is tevens een van de eerste bewegingen die ook onderzocht kón worden, omdat er voldoende onderzoeksmateriaal beschikbaar was (Towner, 1984 in Towner, 1985). De *Grand Tour* was in eerste instantie een reis van een aantal jaren die de welgestelde, voornamelijk Britse, studerende jongemannen maakten om zichzelf op intellectueel en artistiek vlak te ontwikkelen. Daarnaast bracht deze reis ook de mogelijkheid om te ontsnappen uit het strenge Britse keurslijf; ontspanning en plezier stonden dan ook op het programma. Dit kon zich ook uiten in seksuele

avonturen. Deze reis ging voornamelijk langs landen en steden, zoals Italië, Griekenland, Portugal en het Nabije-Oosten, waar het artistieke en intellectuele leven floreerde. Naarmate de tijd vorderde veranderde de klasse, de leeftijd en de motivatie van de reiziger. Ook de bestemming en de lengte van de reis veranderden (Towner, 1985).

Een aantal omstandigheden zorgde voor het einde van de *Grand Tours*. De Franse Revolutie, de komst van vele spoorwegen, de industrialisatie en de opkomst van de middenklasse. Deze zorde er voor dat er een verandering kwam in de houding tegenover cultuur (Towner, 1985: 300). Leipner (1979) zegt dat de industrialisatie ook veel invloed heeft gehad op de ontwikkeling van *Grand Tour* reizigers naar toeristen zoals men die vandaag de dag kent. De *Grand Tour* reizigers maakten bijvoorbeeld gebruik van de al aanwezige faciliteiten die werden gebruikt door de pelgrims en handelaars. De industrialisatie zorgde voor een opkomst van hotels en speciaal gebouwde onderkomens voor toeristen (Leipner, 1979). Voor toeristen werd, en wordt, er dus een speciale plek gecreëerd waar zij kunnen vertoeven. Vandaag de dag gaat het niet meer alleen om speciale slaapplekken, maar ook plekken en ruimtes worden speciaal voor de toerist veranderd of opgezet, zoals het oude centrum van een stad. Hoeveel de toerist dan meekrijgt van het 'echte' land is de vraag. In paragraaf 1.3 wordt dieper ingegaan op de relatie tussen toerisme en authenticiteit.

### **1.1.2 Reizigers vs. toeristen**

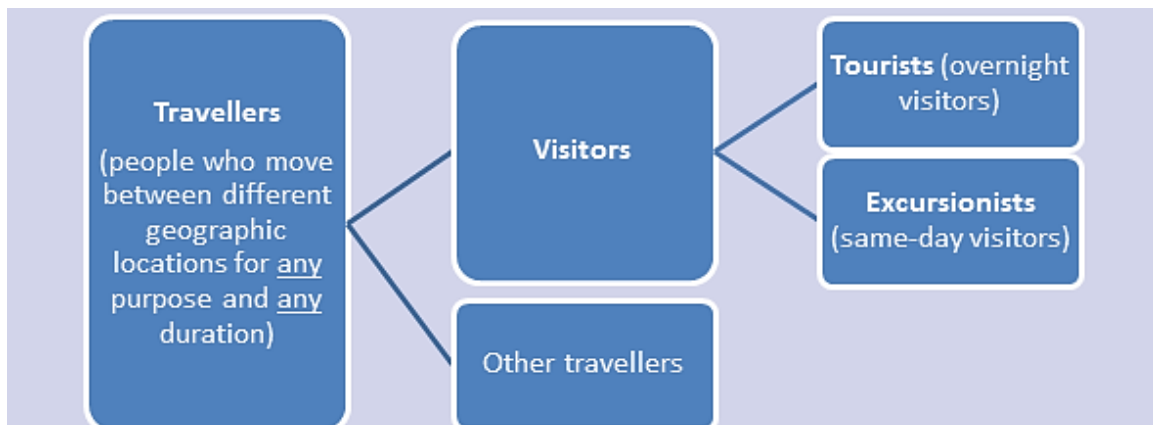
Toerisme wordt vandaag de dag gezien als een commerciële sector, waarbij het ontspannen en genieten van de toerist, op een andere plek dan 'thuis', voorop staat. Het gaat om reizen met zakelijke of recreatieve doeleinden. De antropoloog Lett (Stronza, 2001: 264) gaf de volgende omschrijving: "the single largest peaceful movement of people across cultural boundaries in the history of the world", waarbij 'the people' de toeristen zijn. Als men het in het Nederlands over toerisme als sector hebben, kan men spreken over de toeristensector of de toeristische sector. In deze scriptie zal het woord toeristensector worden aangehouden.

De begrippen reizigers en toeristen worden in de volksmond veelal door elkaar gebruikt. De definities van beide begrippen wordt door de World Tourism Organization UNWTO (onderdeel van de Verenigde Naties) als volgt gegeven:

"A traveller is someone who moves between different geographic locations, for any purpose and any duration. Tourism has to do with the activities of visitors, which is a subset of travelers. A visitor is a traveller taking a trip to a main destination outside his/her usual environment, for less than a year, for any main purpose (business, leisure or other personal purpose) other than to be employed by a resident entity in the country or place visited. Visitors can then be subdivided into tourists (or overnight visitors) if his/her trip includes an overnight stay, and excursionists (same-day visitors). Tourism includes visitors that come from abroad (inbound tourism) and also resident visitors taking trips within the country (domestic tourism)" (World Tourism Organization UNWTO, 2014: Frequently Asked Questions).



Figuur 1: De verschillende reizigers weergegeven in een beeldend schema.



Bron: World Tourism Organization UNWTO <http://www2.unwto.org/>

Dit betekent dat toeristen hetzelfde zijn als reizigers, alleen gaat het bij een toerist meer om de activiteiten die plaatsvinden tijdens de reis terwijl het bij reizigers alleen gaat om de beweging van de ene naar de andere plaats. Valene L. Smith, een autoriteit op het gebied van antropologisch onderzoek naar toerisme, omschreef de toerist als volgt: "A temporarily leisured person who voluntarily visits a place away from home for the purpose of experiencing a change" (Smith, 1989: 2).

De mensen die reizen, maken vaak zelf een onderscheid tussen reizigers en toeristen. Personen die zichzelf reizigers noemen, willen niet worden geassocieerd met toerisme. Deze groep is gedurende langere tijd van huis en hebben als doel om meer over landen, culturen, de medemens en voornamelijk zichzelf te weten te komen. Toeristen zijn in hun ogen de massa die niet verder kijkt dan zon, zee en het hotel waar ze in zitten. De reizigers die niet als toeristen betiteld willen worden, zijn echter volgens bovenstaande definities dus toch ook toeristen.

Als de definities van het UNWTO en Smith combineren, kunnen we stellen dat een toerist een reiziger is die in zijn vrije tijd, niet langer dan een jaar, vrijwillig tussen twee of meer plekken reist, buiten zijn of haar normale omgeving, en er overnacht, waarbij het niet gaat om het worden van een inwoner van die plek, maar bijvoorbeeld om ontspanning, zaken doen, en waarbij het ervaren van verandering een belangrijk onderdeel vormt. Met deze definitie in gedachten zal er in deze scriptie worden verwezen, wanneer er wordt gesproken over toerist.

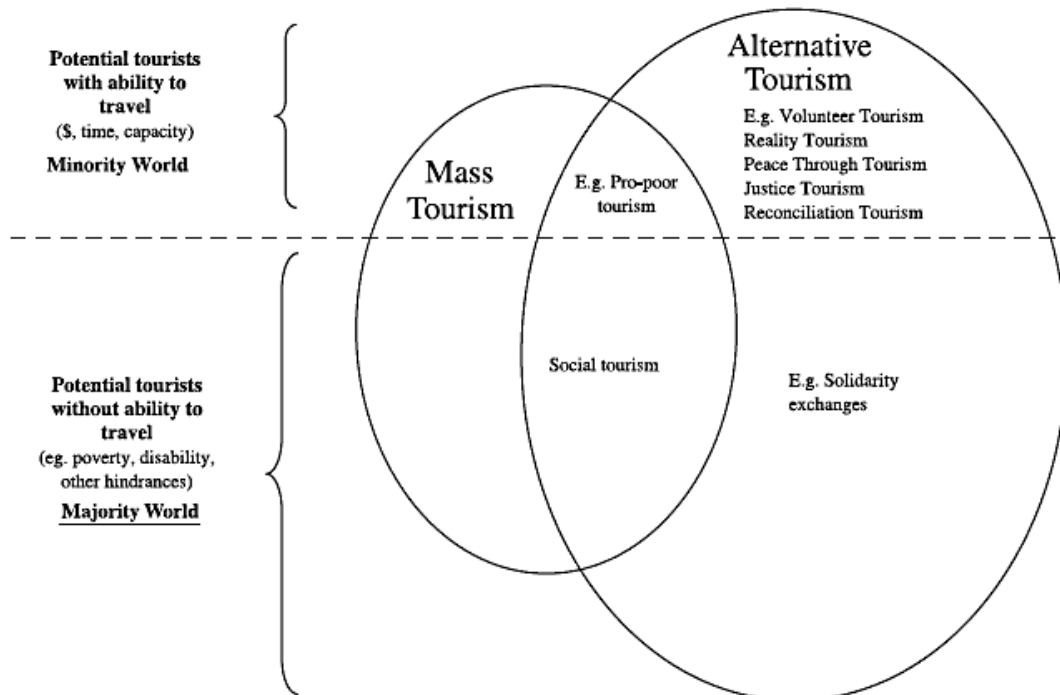
De vrijheid om te mogen reizen, is als mensenrecht opgenomen in de Universele Verklaring van de Rechten van de Mens (UVRM) uit 1948 (artikel 13).

"Een ieder heeft het recht zich vrijelijk te verplaatsen en te vertoeven binnen de grenzen van elke Staat. Een ieder heeft het recht welk land ook, met inbegrip van het zijne, te verlaten en naar zijn land terug te keren." (United Nations of Human Rights: Office of the High Commissioner for Human Rights, 2014: Human Rights Bodies)

Hoewel reizen door eenieder gedaan mag worden volgens de UVRM, betekent dit niet dat dit ook gedaan wordt. Bijvoorbeeld omdat de vrijheid in bepaalde landen beperkt is, of omdat de lichamelijke conditie dit niet toestaat. Zoals eerder gemeld is het bij

toerisme van belang dat er aan drie voorwaarden wordt voldaan: de toegang tot goede infrastructuur, het hebben van voldoende inkomen en het hebben van vrije tijd (Higgins-Desbiolles, 2006). Daardoor wordt de groep reizigers die onder de definitie toerist vallen kleiner, zoals figuur 2 laat zien.

Figuur 2: De bevoorrechte minderheid en de benadeelde meerderheid.



Bron: Higgins-Desbiolles (2006:1202)

### 1.1.3 Positieve en negatieve gevolgen van het neoliberal beleid

Eind vorige eeuw was er het debat over hoe en of toerisme en ontwikkeling met elkaar zijn verbonden. Michael J. Clancy (1999) heeft aan de hand van een casestudy in Mexico de twee kanten van het debat laten zien. In de *modernization theory* wordt er van uitgegaan dat ontwikkeling op zichzelf een lineair proces is. Aanhangers van deze theorie denken dat arme landen gewoon achter lopen, omdat ze nog niet zo ver zijn. Ze zijn nog bezig om van traditioneel naar modern te gaan. Toerisme kan deze landen hierbij helpen. Vaak gaat dit ook gepaard met het invoeren van het neoliberal beleid, uit vrije wil of doordat hen dit wordt aangeraden door de Wereldbank (WB) en/of het Internationaal Monetair Fonds (IMF).<sup>1</sup>

Het neoliberalisme is een politiek-economische ideologie die de markt zijn gang wil laten gaan, met zo min mogelijk invloed en hulp van de Staat (Clancy, 1999; Higgins-Desbiolles, 2006; Ayikoru, 2009). Idealiter gezien, zorgt een vrije marktwerking ervoor dat de vraag het aanbod bepaalt en andersom. Hierdoor wordt de prijs en de kwaliteit bepaald. Hoe meer vraag, hoe duurder het gewenste product of dienst, waardoor er weer minder vraag komt, maar meer aanbod. De prijs gaat omlaag en er komt weer meer

<sup>1</sup> Landen die een neoliberal beleid wordt aangeraden zijn vaak een lening aangegaan bij de Wereldbank of het Internationaal Monetair Fonds. Deze twee instituten geven leningen aan landen onder voorwaarde dat er economische en/of politieke veranderingen zullen worden doorgevoerd (Higgins-Desbiolles, 2006: 1195).

vraag. Ook speelt concurrentie een belangrijke rol in het bepalen van de kwaliteit en de prijs. Als er veel aanbieders zijn, proberen ze allemaal de beste te zijn. Dus gaan ze zich reorganiseren en verbeteren. Wat ten goede komt van de kwaliteit en wat gunstig is voor de vrager. Er wordt meer verdiend en er wordt meer uitgegeven.

Het neoliberalisme is onlosmakelijk verbonden met het Washington Consensus, een serie van beleidsacties die vanaf eind jaren '80 in de 20<sup>e</sup> eeuw als hervormingspakket werd aangeboden aan landen die er economisch slecht voor stonden. Dit hervormingspakket is aan veel derde wereld landen aangeboden of opgelegd, zo ook aan veel landen van Latijns-Amerika (Hill, 2007). Het Washington Consensus werd aangemoedigd door instituten zoals de Wereldbank (WB) en het Internationaal Monetair Fonds (IMF) en bestaat onder andere uit het privatiseren van staatsbedrijven, vrije handel en het aanmoedigen van ondernemerschap (Higgins-Desbiolles, 2006; Hill, 2007; Ayikoru, 2009).

Toerisme is zowel een middel als een product van het invoeren van het neoliberaal beleid. Toerisme is van groot belang voor de economie en werd daarom ingezet als middel voor het neoliberaal beleid. De toeristensector zou idealiter als volgt worden beïnvloed door het neoliberaal beleid: de markt wordt geopend, buitenlandse investeerders gaan in toeristische bedrijven en instellingen investeren, de economie groeit, er is meer werkgelegenheid en er wordt meer verdiend en uitgegeven (Clancy, 1999; Higgins-Desbiolles, 2006).

Clancy (1999) behandelt nog een andere theorie: de *dependency theory*. Deze theorie denkt dat er op een holistische en wereldwijde schaal moet worden gekeken naar ontwikkelingen, bij zowel arme als rijke landen. Er is volgens deze theorie een samenhang tussen de ontwikkelingen die verschillende landen doormaken. De reden waarom er derde wereld landen zijn, is omdat er eerste wereld landen zijn. Historische processen zoals het kolonialisme en politieke processen beïnvloeden de ontwikkeling van alle landen op de hele wereld. Hierdoor zijn de arme landen afhankelijk van de rijke landen (Clancy, 1999).

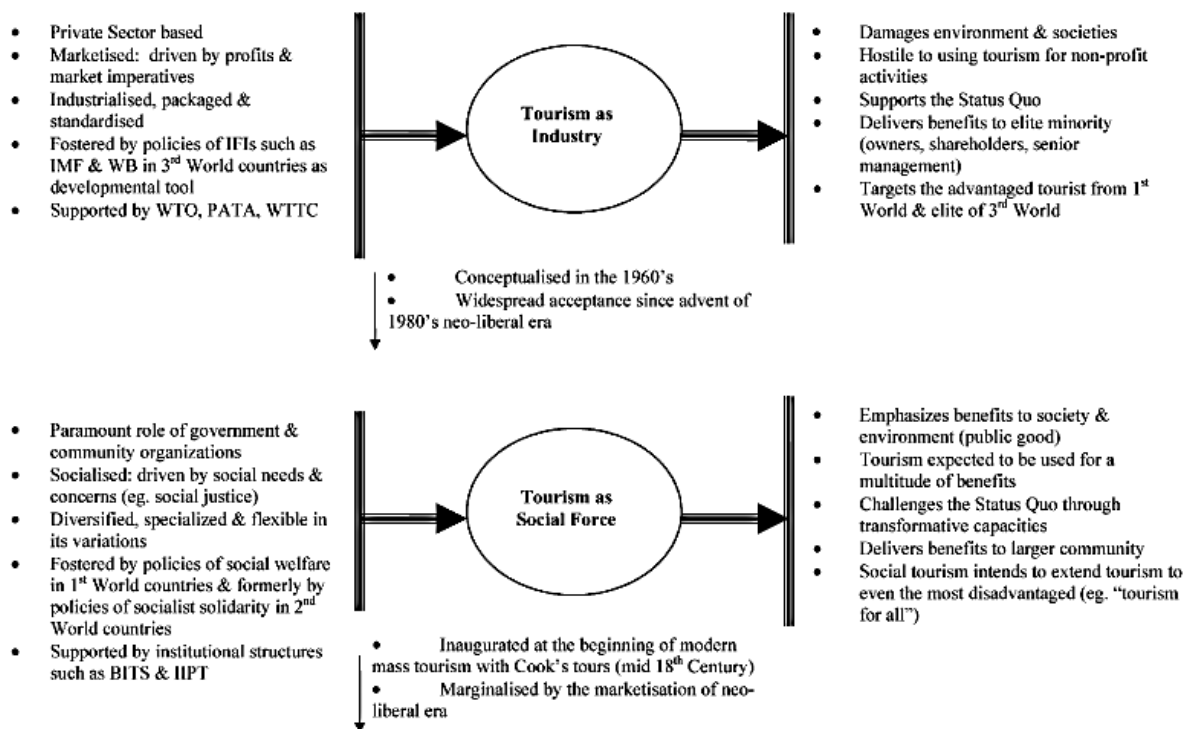
De *dependency theory* denkt dat de invoering van het neoliberaal beleid niet zo positief is geweest. Allereerst gaat de invoering van een ander politiek beleid, ook vaak gepaard met een periode van sociale onrust en ongenoegen. Dus het duurt even voordat de vruchten van het neoliberaal beleid zouden kunnen worden geplukt. De aanhangers van deze theorie denken dat het geld dat verkregen is via toerisme voornamelijk bij de elite en de multinationale bedrijven terecht komt. De lokale bevolking profiteert er op die manier dus weinig van (Clancy, 1999). Het neoliberalisme zorgt voor meer werkgelegenheid, maar niet gedurende het hele jaar. Het gaat voornamelijk om seizoenswerkgelegenheid en daarmee ook om seizoenswerkloosheid.

Er is onenigheid over hoe de cultuur van een land van bestemming wordt beïnvloed. Higgins-Desbiolles (2006: 1204) zegt dat door neoliberalisme de cultuur, de mensen, het landschap en activiteiten als het ware worden verkocht. Hierdoor kan de cultuur zijn betekenis verliezen. Naarmate het economisch beter gaat, zal de lokale bevolking zich steeds meer gaan gedragen en gaan denken als toeristen, omdat zij deze vaak als superieur achten. Dit kan bij hen een verlies van identiteit betekenen (Stronza, 2001). Van den Berghe (1994 in Stronza, 2001) zegt dat het ook mogelijk is dat cultuur en

tradities juist betekenisvoller worden. Het zou voor een ervaring van oude tradities kunnen zorgen, waardoor de cultuur in stand wordt gehouden.

Toerisme wordt gezien en benaderd als industrie, omdat het gebruikt wordt als economisch groeimiddel. Voornamelijk de mensen die werken in de toeristensector promoten het als industrie, zodat toerisme serieus wordt genomen en niet alleen wordt gezien als een onproductieve en onbelangrijke vrijetijdsbesteding (Davidson, 1994 in Higgins-Desbiolles, 2006). Het is van persoonlijk belang voor de werknemers in de toeristenindustrie om serieus te worden genomen, zodat ze meer respect krijgen, meer zelfvertrouwen hebben en een identiteit kunnen creëren (Davidson, 1994 in Higgins-Desbiolles, 2006).

Figuur 3: De betekenis van toerisme als industrie en toerisme als sociale kracht.



Bron: Higgins-Desbiolles (2006: 1198)

Niet iedereen is het eens met de benadering van toerisme als industrie, omdat dit een te eenzijdige benadering zou zijn. Het is van belang dat er niet alleen vanuit een economisch oogpunt, maar ook vanuit een sociaal-cultureel naar wordt gekeken (Higgins-Desbiolles, 2006). Het gaat bij toerisme niet alleen om bedrijven, maar het gaat vooral ook om mensen. Daarom vereist het een ethische manier van denken. Wanneer toerisme breder wordt bekeken, opent dit mogelijkheden voor verbeteringen. Toerisme kan veel teweeg brengen en kan de maatschappij vormen. Higgins-Desbiolles (2006) pleit ervoor om meer vanuit dit standpunt te kijken, zodat al het goede eruit wordt gehaald wat erin zit.

### 1.1.4 *Host*: de gastheer van het bestemmingsland

Bij toerisme zijn verschillende partijen betrokken, zoals de toeristen zelf, de bedrijven en uiteraard de lokale bevolking van een land van bestemming. Om de bevolking van het

land van bestemming aan te duiden, wordt er in de wetenschappelijke literatuur het Engelse woord *host* gebruikt. De letterlijke vertaling hiervan is gastheer. Het gaat hierbij niet om de volledige bevolking van een land, maar om de inwoners van het toeristische gebied van dat land. De inwoners van het land die geen direct contact hebben met toerisme, of direct worden beïnvloed door toerisme, of zelf direct invloed uitoefenen op toerisme, worden buiten beschouwing gelaten. Omdat een goede Nederlandse vertaling van het woord *host* ontbreekt die de betekenis goed omschrijft, zal in deze scriptie het woord *host* worden aangehouden.

Wanneer men toerisme onderzoekt wordt vaak niet het hele verhaal verteld, maar richt men zich of op de kant van de toeristen, of op de kant van de *hosts* (Stronza, 2001: 262). De keuze hiervoor heeft ook te maken met het onderzoeksonderwerp. Wanneer men kijkt naar de oorsprong van toerisme en waarom toerisme bestaat, richt men zich vooral op de kant van de toerist. Wanneer het onderzoeksonderwerp te maken heeft met welke impact toerisme heeft en welke veranderingen het te weeg kan brengen, kijkt men naar de *host*. Stronza (2001) zegt dat wanneer je beide stromingen samen zou voegen, je dan nog steeds niet het gehele verhaal hebt. Waar weinig tot geen onderzoek naar is gedaan, is welk effect/impact toerisme heeft op toeristen zelf. En waarom *hosts* zich bezighouden met toerisme. Men veronderstelt dat toerisme iets is wat is opgelegd op de *hosts* van buitenaf (Stronza, 2001: 262). Een onvrijwillige deelname in de toeristensector, omdat er weinig andere opties zijn. Een aantal onderzoekers (Nash, 1981; Chambers, 1999 in Stronza, 2001) pleitten ervoor om beide stromingen ook eens van de andere kant te bekijken en op deze manier een vollediger beeld te krijgen van wat toerisme inhoudt voor beide deelnemende partijen. Helaas is dit niet altijd mogelijk, door gebrek aan onderzoeksgegevens.

Zoals eerder gemeld, kan het toerisme positief zijn voor de *host*, omdat deze sector voor meer werkgelegenheid zorgt. Er zal meer geld omgaan, omdat toeristen buitenlands geld meenemen, maar ook omdat de *host* zelf door inkomsten van de toeristen meer te besteden heeft (Stronza, 2001). De *host* krijgt hierdoor meer kansen om zich te ontwikkelen (bijvoorbeeld via educatie) en staat economisch sterker in zijn schoenen. Het negatieve hiervan kan zijn dat het land en de *host* afhankelijk worden van buitenlands geld. Economische zekerheid is er niet, omdat toerisme een variabele inkomensfactor is. Er wordt getwijfeld of het geld verkregen via toerisme wel terecht komt bij de *hosts*, of dat voornamelijk de elite en de multinationals hiervan profiteren (Clancy, 1999; Stronza, 2001).

Toerisme kan een zegen of een vloek zijn voor het land van bestemming en zijn inwoners. Er is weinig bekend over hoe de *hosts* naar de positieve en negatieve aspecten kijken en hoe ze daar op reageren (Stronza, 2001:269).

### **1.1.5 Op zoek naar de gemeenschappelijke totems**

De meeste toeristen gaan op reis omdat zij toe zijn aan ontspanning, een gezellige tijd met naasten, of het kan gewenning zijn, bijvoorbeeld omdat een gezin elke zomer op vakantie gaat. Een steeds grotere groep toeristen zijn daarnaast, bewust of onbewust, op zoek naar authentieke ervaringen. Zoals de pelgrims van eeuwen geleden. In 1.3 wordt er dieper ingegaan op de betekenis van authenticiteit en hoe dit verband houdt met het

toerisme. Om de toeristen beter te begrijpen, wordt er in dit stuk gekeken naar de onderliggende motivatie van de toerist.

Onderliggende motivaties worden door wetenschappers opgedeeld in twee mogelijkheden: de zoektocht naar iets, of de vlucht voor iets. Bij de laatste mogelijkheid is authenticiteit niet van belang en vormt deze ook geen onderliggende drijfveer. Toerisme kan dienen als een ontsnapping uit de dagelijkse beslommeringen zoals werk en andere verplichtingen, maar ook van de sociale controle van vrienden, familie en kennissen. Toerisme geeft de vrijheid om zelf te kiezen hoe iemand zijn of haar tijd indeelt en hoe hij of zij zich gedraagt. Turner zegt (1969, 1982 in Stronza, 2001) dat het leven gestructureerd is en dat het moderne toerisme kan worden gezien als anti-structuur.

De zoektocht naar iets kan twee doelen hebben, namelijk die van het ontdekken en verbeteren van zichzelf, of van het versterken van het samen-zijn gevoel. Deze twee kunnen elkaar ook overlappen.

De zelfontplooiing gaat, in het geval van toerisme, gepaard met het observeren van de Ander. De Ander is een verzamelwoord voor de bevolking van het bestemmingsland, waarbij het meestal gaat om de inwoners die direct contact hebben met de toeristen en meestal gezien worden als inheems en exotisch. Door te kijken hoe de Ander leeft, kan de toerist nagaan hoe hij of zij zelf leeft (MacCannell, 1976; Galani-Moutafi, 2000; Stronza, 2001). Hierdoor leert de toerist zichzelf beter kennen. Deze vorm van zelfontplooiing via toerisme kan onder andere worden aangeduid als een spirituele zoektocht, of een *sacred journey* (Higgins-Desbiolles, 2006). Ook bij deze vorm van toerisme kan het gaan om een ongenoegen over de dagelijkse dingen, maar het gaat hierbij niet om een ontsnapping van de dagelijkse beslommeringen maar meer om datgene wat ontbreekt in het dagelijks leven op te vullen.

Een van de oudere antropologische onderzoeken naar toerisme linkt de waarden die de moderne maatschappij heeft over gezondheid, vrijheid, natuur en zelfontplooiing met toerisme. Dit is een soort ritueel proces. Volgens Graburn (1989 in Stronza, 2001) heeft toerisme een rituele functie, omdat dit een grote rol kan spelen bij het opbouwen en behouden van het collectief bewustzijn. Dit komt omdat de toeristensector gebruik maakt van zogenaamde *totems*. Stronza (2001) zegt dat deze *totems* als het ware aanwijzen wat je gezien 'moet' hebben en waar het traditionele is. Ook zij zegt dat deze *totems* bijdragen aan het versterken van de relatie tussen toeristen onderling en met de samenleving.

“The act of seeing these ‘in person’ and then sharing the experience with others through photographs, souvenirs, and stories allows tourists to reassemble the disparate pieces of their otherwise fragmented lives. [...]. By touring the sites of this global ‘museum’ tourists can ultimately affirm and reinforce what they think they already know about the world” (Stronza, 2001:266).

De *totems* worden gebruikt door de toeristensector om te laten zien wat de toerist op zijn lijstje moet hebben staan. De toerist maakt hier gretig gebruik van, omdat op deze manier het leven en de maatschappij op een ordelijke manier worden gepresenteerd (Lippard, 1999 in Stronza, 2001). Daarnaast versterkt dit het samen-zijn gevoel in de gefragmenteerde maatschappij. Degene die een *totem* hebben bezocht, kunnen deze

ervaring met de andere bezoekers van dezelfde *totem* delen en zo een band krijgen. Het saamhorigheidsgevoel krijgt hierdoor een oppepper. Vandaag de dag is dit in feite ook wat er gebeurd op de *social media*<sup>2</sup>. Bijvoorbeeld bij Facebook, waar de bezoeker zijn of haar ervaringen en foto's van dagelijkse en niet-dagelijkse momenten kan delen met zijn of haar online vrienden.

## 1.2 Theorievorming van identiteit

Reizen en toerisme hebben een grote invloed op identiteiten (MacCannell, 1973; Towner, 1985; Clancy, 1999; Desforges, 2000a, 2000b; Galani-Moutafi, 2000; Vich, 2007). Toerisme kan voor zowel de toerist als de *host* een verandering in hun identiteit teweeg brengen.

### 1.2.1 De constructie en definitie van de identiteit

Over het algemeen wordt identiteit gezien als het eigene van een persoon, hetgeen wat de persoon onderscheidt van andere personen, datgene wat iemand 'is' (Desforges, 2000b). Identiteit is echter een subjectieve term, omdat deze niet gemeten of aangetoond kan worden (Rottenbacher & Espinosa, 2010). Een definitie die voor alle vormen van identiteit opgaat, is daarom ook lastig te geven. Het is niet een op zich zelf staand concept, omdat het zich altijd in relatie tot een context ontwikkelt en daarom binnen een bepaalde context moet worden bekeken. Een identiteit is onderworpen aan continue verandering (Bauman, 2001).

Een identiteit is niet iets wat vanuit een persoon komt, maar wordt gevormd door alles en iedereen in het leven van die persoon. Denk daarbij aan de invloed van ouders, vrienden, de maatschappij, het tijdperk, het land en bijvoorbeeld sekse. Alles heeft invloed op de identiteit die iemand bezit (Desforges, 2000; Galani-Moutafi, 2000; Pérez-Rodríguez, 2012). De verschillende contexten zorgen voor verschillende identiteiten. De verschillen tussen de verschillende identiteiten van iemand zullen niet radicaal verschillen, omdat zij toch onderdeel zijn van een geheel. Vier identiteiten die relevant voor deze scriptie zijn: de sociale identiteit, de nationale identiteit, de culturele identiteit en de etnische identiteit. Hier wordt dieper op ingegaan in 1.2.3.

In wetenschappelijke literatuur over identiteit, komt de term constructie van identiteiten regelmatig naar voren. Dit verwijst naar de meerdere identiteiten die iemand kan bezitten en het veranderlijke van een identiteit. Een identiteit is nooit af of compleet, het blijft zich ontwikkelen en veranderen. De constructie van identiteiten is tegelijkertijd een proces waarin er wordt gezocht naar overeenkomsten met andere identiteiten en verschillen. Voornamelijk het laatste is hetgeen wat een identiteit doet vormen (Galani-Moutafi, 2000; Pérez-Rodríguez, 2012).

---

<sup>2</sup> *Social media* is een Engelse term die sinds een paar jaar ook in de Nederlandse volksmond wordt gebruikt, om een groep van digitale middelen aan te duiden waarop de bezoeker zelf de inhoudt kan bepalen aan de hand van een bepaald concept. Een aantal voorbeelden hiervan zijn YouTube, Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, maar ook blogs, websites, sms'en etc.

### 1.2.2 Historische ontwikkeling van de term identiteit

Zygmunt Bauman (2001) onderzocht de historische ontwikkeling van identiteit en kon de oorsprong van het woord herleiden tot de Renaissance (14<sup>e</sup>- 16<sup>e</sup> eeuw). Voor deze tijd werd er nog niet gesproken over identiteit, maar over het menselijk wezen of de menselijke aard. Dit werd gezien als iets wat gegeven was door God en onveranderlijk was (Bauman, 2001: 142). Ook was hierbij van belang in welke klasse iemand werd geboren, omdat dit bepaalde wie je was en hoe het leven er uit zou zien.

Langzaam veranderde deze visie en de filosofen van de Renaissance kwamen met het idee dat de mens nog niet compleet is en alles kan doen wat hij of zij wil doen. "Humans are free to self-create" (Bauman, 2001: 143). Het menselijk wezen werd steeds minder gezien als iets dat 'gegeven' was en steeds meer als een taak die vervuld moest worden. Deze taak is een levensproject. Het menselijk wezen werd nu beschouwd als identiteit, die gevoed moest worden en levendig moest worden. Er werd een actieve in plaats van een passieve houding verwacht (Bauman, 2001; Williams, 2002). Ook wanneer je in een bepaalde klasse was geboren, moest je eerst nog bewijzen dat je daar ook hoorde.

Deze taak van dit levensproject maakte dat de mens verantwoordelijk werd voor zijn of haar eigen ontwikkeling. Individualiteit nam in de maatschappij een grotere plaats in. Bij onderzoeken naar identiteit spreekt men hierbij van de *self*. Het Engelse woord voor (ik)zelf. Aangezien er een *self* is, is er dus ook een *Other*, Engels voor de Ander (Desforjes, 2000b; Galani-Moutafi, 2000; Bauman, 2001; Williams, 2002). De wisselwerking tussen de *self* en de *Other* spelen een rol bij de constructie van identiteiten

"The self is constructed through the image of the Other. One reaches a self-realization in view of that from whom he/she differs. Identity is constructed in a way which is analogous to language - as is, according to Lacan, the unconscious - in that, the assignment of meaning takes place within relations of similarity and difference between the words of a language code. [...] conceptualization is something changeable: it seeks stability and integration (of identity) but it is continuously ruptured and transformed (because of the difference). Overall, the process of identity construction is subject to the 'game' of difference and presupposes the drawing of symbolic boundaries" (Galani-Moutafi, 2000: 205).

Ook in de moderne hedendaagse maatschappij neemt individualiteit een grote plaats in. En ook nu wordt het nog belangrijk gevonden om je als persoon te ontwikkelen en te onderscheiden van de rest. In relatie met toerisme speelt de wisselwerking tussen de *self* en de *Other* een rol in de constructie van de identiteit van zowel de toerist als van de *host*.

"Furthermore, considering that travelers can acquire experiences and undergo transformations, the journey may be seen as a type of passage in time. The interlocking dimensions of time and space make the journey a potent metaphor that symbolizes the simultaneous discovery of self and the Other. It is precisely this capacity for mirroring the inner and the outer dimensions that makes possible the 'inward voyage', whereby a movement through geographical space is transformed into an analogue for the process of introspection" (Galani-Moutafi, 2000: 205).



Identiteiten worden voornamelijk gevormd door verschillen en niet door overeenkomsten. De overeenkomsten brengen geen transformatie te weeg (Galani-Moutafi, 2000). Doordat de *self* kijkt naar de *Other*, kan deze tot het besef komen wat hij of zij zelf is. Maar ook wat hij of zij niet is. De verzameling van datgene wat hij of zij niet is, maakt wat hij of zij wél is.

De 20<sup>e</sup> eeuw wordt door Bauman (2001) *The era of identity* genoemd. Globalisatie zorgde ervoor dat de *self* in contact kon komen met veel meer *Others*, waardoor identiteiten zich op meer en op een andere manier konden ontwikkelen. Maar hij pleit ervoor om het in de moderne tijd niet meer over het concept identiteit te hebben, maar over identificatie. "Perhaps instead of talking about identities, inherited or acquired, it would be more in keeping with the realities of the globalizing world to speak of identification, a never-ending, always incomplete, unfinished and open-ended activity in which we all, by necessity or by choice, are engaged" (Bauman, 2001: 152). In de volgende paragraaf zullen de verschillende vormen van identiteit besproken worden.

### **1.2.3 De verschillende dimensies van de identiteit**

#### **1.2.3.1 Sociale identiteit**

In de jaren '80 van vorige eeuw ontwikkelde psycholoog Henri Tajfel de Sociale Identiteit Theorie (SIT). Met deze theorie verklaart hij het gedrag van de mens in relatie tot sociale groepen. Uit eigenbelang willen mensen van nature bij een groep horen, omdat een groep kan bijdragen aan een positief zelfbeeld van het individu. Ook geeft de groep een kader waarin een identiteit kan worden ontwikkeld (Tajfel, 1982). De sociale groepen worden gezien als een holistisch geheel van doelen, normen, waarden en betekenissen, bestaande uit twee of meer leden (Bornewasser & Bober, 1987). De sociale identiteit die hieruit voortvloeit, betekent dat een individu deze doelen, normen, waarden en betekenissen accepteert en steunt.

De groep waarin iemand zit, wordt de endogroep genoemd. Degene die zich buiten de endogroep bevinden, vallen in de exogroep(en). Bij deze onderscheiding tussen groepen hoort ook een zekere voorkeur voor personen waarmee een groep, een sociale categorie, wordt gedeeld (Espinosa, Calderón-Prada, Burga & Güímac, 2007). De persoon kan zich beter inleven in iemand van zijn eigen groep, dan in die van de exogroep. Door de verschillen tussen de verschillende groepen en de empathie die de leden van een groep voor hun eigen leden voelen, krijgt de endogroep meer cohesie. Het uitsluiten van de exogroep(en) zorgt voor het ontstaan van stereotypen, vooroordelen en discriminatie, als manier om de identiteit van de endogroep te beschermen (Espinosa *et al.*, 2007: 300). Maar zoals in 1.2.2 te lezen was, worden identiteiten ook gevormd door verschillen en niet zozeer door overeenkomsten. Overeenkomsten bieden veiligheid en stilstand. De *self* is hier de endogroep en de *Other* de exogroep.

Stereotypen en vooroordelen zijn gebaseerd op de leeftijd, sekse en ras van een persoon (Stangor, 2000). Hoewel ze gebaseerd kunnen zijn op de werkelijkheid, zijn stereotypen en vooroordelen voornamelijk onvolledige negatieve en versimpelde ideeën over een persoon, instelling of evenement. Stereotypen en vooroordelen kunnen gericht zijn tegen een groep, of tegen een individu omdat die bij deze groep hoort (Stangor, 2000; Fiske, 2000, Espinosa *et al.*, 2007).

### **1.2.3.2 Nationale identiteit**

De nationale identiteit is een verschijnsel van de sociale identiteit (Rottenbacher, 2010: 150) en wordt meestal als vanzelfsprekend geacht. Een nationale identiteit wordt in het Nederlands ook verkort tot nationaliteit. Een nationaliteit vereist een bureaucratisch systeem/mechanisme dat gecontroleerd wordt door een (natie)staat. Een middel van dit systeem is bijvoorbeeld een paspoort. Dit systeem geeft de mogelijkheid tot een collectieve identificatie, namelijk de nationale identiteit (Rottenbacher & Espinosa, 2010). Het zorgt ervoor dat je je één voelt met een zeer grote groep mensen, die allemaal anders zijn dan jijzelf.

De nationale identiteit kent twee kanten: een fysieke en mentale. De fysieke kant bestaat uit geschreven overeenkomsten die zijn afgesproken door de politieke en culturele elite binnen de sociale hiërarchie. De mentale kant heeft meer een symbolisch karakter dan een materieel karakter (Rottenbacher & Espinosa, 2010). Hierbij gaat het om gevoelens die in het sociale leven worden gedeeld, bijvoorbeeld door een wereldkampioenschap voetbal. Onder andere rituelen, monumenten, een gezamenlijke geschiedenis en voorwerpen kunnen bijdragen aan de constructie van de nationale identiteit. De collectieve kennis versterkt deze vorm van identiteit (Rottenbacher & Espinosa, 2010).

Al vanaf de basisschool wordt de bevolking met de nationale identiteit bekend gemaakt. De staat heeft hier veel invloed op, omdat er wordt aangenomen dat wanneer kinderen al vanaf jonge leeftijd leren over het land waarin ze opgroeien, dit hun gedrag als burgers later zal beïnvloeden op een positieve manier (Pérez-Rodríguez, 2012). Meer kennis over de geschiedenis van het land, zorgt ervoor dat de burger het heden zal begrijpen en zich er meer verbonden mee voelen. De collectieve kennis en cultuur dragen bij aan het gevoel van bescherming, zekerheid, erkenning en het hebben van respect naar de ander toe (Pérez-Rodríguez, 2012: 872).

### **1.2.3.3 Culturele en etnische identiteit**

De culturele identiteit is een vorm van de sociale identiteit, omdat ook hierbij het groepsaspect relevant is. De culturele identiteit komt voort uit de cultuur van een groep mensen. Cultuur is naast een zeer breed begrip, ook een begrip waarbij enige subjectiviteit komt kijken juist omdat het zo'n breed begrip is. Iedereen legt het op een verschillende manier met verschillende elementen uit. Een cultuur is een geheel van sociale gebruiken, gewoonten en handwijzen van een groep, die bedacht zijn door een groep en die binnen de groep worden doorgegeven. Dit kan zich onder andere uiten in de tradities, muziek, normen en waarden, percepties, kunst en wetenschap (Alanes Orellana & Villanueva de Picht, 1998). Het is dus een totaliteit van leefwijzen die door een groep mensen is opgebouwd en van de ene generatie op de andere wordt doorgegeven (Encyclo.nl Nederlandse Encyclopedie).

De culturele identiteit kan onderdeel zijn van een etnische identiteit. De etnische identiteit, of ethniciteit, is een sociaal-culturele identiteit en kent veel overlapping met de culturele identiteit, omdat ook hierbij van een cultuur als basis wordt uitgegaan. De ethniciteit heeft betrekking op volkeren met dezelfde cultuur, die dezelfde taal spreken (Alanes Orellana & Villanueva de Picht, 1998). Verschil in ethniciteit kan conflicten veroorzaken, waarbij de ene als superieur en de ander als inferieur wordt gezien en

behandeld. Het gevolg hiervan kan zijn dat de cultuur van de superieure etniciteit de overhand krijgt en de cultuur van de ander onderdrukt in zijn verdere ontwikkeling (Alanes Orellana & Villanueva de Picht, 1998: 115).

### **1.3 De zoektocht naar authenticiteit**

Een van de redenen waarom toeristen op reis gaan, is de zoektocht naar authenticiteit. Dit concept in relatie met toerisme wordt vandaag de dag veel onderzocht door sociologen en antropologen. Het gaat hierbij om een subjectieve term waar nog veel onduidelijkheid over bestaat. Paragraaf 1.3.1 beschrijft wat er in het algemeen onder authenticiteit wordt verstaan in relatie tot deze scriptie. Het is de toerist die authenticiteit zoekt en de host is degene die authenticiteit 'geeft'. Dit betekent echter niet dat de host zich ook niet bewust is van het concept authenticiteit. Hoe de host op deze zoektocht inspeelt zal worden uitgelegd aan de hand van het begrip *performance* in 1.3.2. Deze scriptie is niet een zoektocht naar het echte en het onechte, maar onderzoekt een van de manieren waarop de interactie tussen toerist en host kan leiden tot *performances*.

#### **1.3.1 Authenticiteit in relatie met toerisme**

Woordenboeken, zoals de Van Dale, geven de volgende definitie van authenticiteit: echtheid, origineel en geloofwaardig. Het gaat om een stabiele eigenschap van een persoon, plek of voorwerp, die door de tijd heen niet is veranderd en als echt wordt gezien en ervaren.

De moderne wereld wordt gekenmerkt door oppervlakkigheid en individualiteit. De authenticiteit lijkt hierbij verloren te zijn gegaan (MacCannell, 1973; Vich, 2007). De toeristensector biedt de mogelijkheid te zoeken naar de authentieke en traditionele wereld, waarbij toeristen willen ontsnappen aan de dagelijkse routine en de moderne wereld. Hier moet aan worden toegevoegd dat het niet vaststaat dat alle toeristische ondernemingen op basis van dit verlangen naar authenticiteit worden ondernomen. Toeristische ondernemingen naar derde wereld landen voldoen hier wel vaak aan (Hill, 2007). Deze landen bieden vaak een combinatie aan van ontspanning, avontuur en natuur. Het exotisme en het primitieve spreekt tot de verbeelding van de toerist van een authentieke wereld. De tijd lijkt te zijn stilgestaan en de toerist komt in een niet-moderne wereld terecht.

Nu is het misschien een beetje naïef van de toeristen om te denken dat de moderne wereld het land waar ze op vakantie zijn helemaal niet heeft beïnvloed of veranderd. De Griekse filosoof Heraclitus (\*540 v. Chr. - † 480 v. Chr.) heeft ooit gezegd: "The only constant is change". Alles verandert continue, zo ook derde wereldlanden en hun cultuur en tradities. Het beeld dat toeristen hebben over een land/cultuur hoeft niet per se de werkelijkheid te zijn, maar wat zij aantreffen voldoet toch vaak aan de verwachtingen van de toerist.

De *totems* die genoemd zijn in 1.1.5 zouden de aannames van de toerist over de wereld bevestigen en beïnvloeden. Zoals Stronza (2001) dit zegt, lijkt het bijna alsof toeristen niet open staan voor originele ervaringen en juist zoeken naar wat al bekend voor hen is. Authenticiteit wordt niet gevonden, omdat ze er niet voor open staan. Ook Galani-

Moutafi (2000) denkt dat de toerist eerder op zoek is naar een bevestiging van wat zij denken en kennen over de wereld, dan dat zij een originele en echte ervaring willen opdoen. Toeristen hebben veel invloed op het (eind)resultaat van hun reis. Zij bepalen zelf wat wel en wat niet authentiek is en geven in veel gevallen de voorkeur aan *hosts* die op een 'traditionele' manier gekleed zijn, of zich op een bepaalde manier gedragen. Bij deze keuze gaan zij uit van stereotyperingen die in de moderne wereld getoond zijn via onder andere de media, brochures of zelfs vanuit het land van bestemming (Adams, 1984 in Stronza, 2001).

Er bestaan dus verschillende ideeën over de zoektocht naar authenticiteit. Aan de ene kant kunnen toeristen authenticiteit zoeken, aan de andere kant kunnen ze op zoek zijn naar bevestiging van wat zij al weten. In plaats van de werkelijke situatie (het échte authentieke als dat al bestaat) van een land verkiezen zij een gecreëerde vorm van authenticiteit. MacCannell zegt dat de toerist "steeds vaker gebruikt wordt als label voor iemand die tevreden is met voor de hand liggende in-authentieke ervaringen" (1973: 592).

### 1.3.2 *Performance*

Een begrip dat in verband kan worden gebracht met de mogelijkheid dat toeristen niet zozeer authenticiteit zoeken maar meer bevestiging, is *performance* (MacCannell, 1973; Stronza, 2001; Hill, 2007). De *hosts* die zich traditioneel kleden en zich op een bepaald manier gedragen zijn zich vaak bewust van wat toeristen wensen te zien. Wanneer dit door de *host* op een bewuste manier wordt gebruikt om er zelf voordeel van te hebben, spreekt men in de antropologische en sociologische literatuur over een *performance*. Dit Engelse woord kan in het Nederlands het beste worden vertaald als voorstelling.

*Performance* is een onderdeel van het idee dat het beeld dat toeristen hebben over het bestemmingsland worden voor gespiegeld door de *hosts*. Men gebruikt hier ook wel de term *mirroring images* voor (Stronza, 2001: 271). Het beeld waarmee de toeristen op reis gaan wordt opgepikt door de *hosts*. Door de toerist te bieden wat hij zoekt, heeft de *host* kans meer te verdienen. Dat wat de toeristen willen zien, is dan ook wat ze te zien krijgen. *Hosts* zullen niet van iedereen het verwachtingsbeeld kennen, maar hebben wel een algemeen idee over waar toeristen op af komen. Dit kan bijvoorbeeld komen door eigen ervaringen, waarbij de ene marktvrouw meer verkoopt dan de ander, omdat zij er traditioneler uitziet. Volgens Hill (2007) is de *performance* een product of service van de toeristenindustrie. Het hoort er als het ware bij en het is moeilijk te omzeilen.

De *performance* is een voorbeeld waarbij er een identiteit wordt gecreëerd. Het is moeilijk om bij een identiteit vast te stellen wat authentiek is en wat niet, omdat identiteit geen vast gegeven is. Er kan ook niet worden aangewezen wat een echte identiteit is en wat niet. Wanneer de *host* de identiteit aanneemt die hij of zij heeft tijdens de *performance*, kan dit gezien worden als een soort masker dat wordt opgezet. Octavio Paz verteld aan de hand van de situatie van Mexico in zijn *Máscaras mexicanas*, dat maskers ook een vorm van identiteit zijn en dat alle maskers bij elkaar de identiteit van iemand kunnen vormen (Cohn, 2002). In dat geval is de identiteit van de *host* tijdens de *performance* ook deel van de identiteit van de *host* wanneer deze niet aan een *performance* doet. Deze identiteit is, in tegenstelling tot de andere identiteiten, een

bewust gecreëerde identiteit. Wat echt authentiek is, is iets wat zeer moeilijk vast te stellen is. Helemaal omdat soms onder het ene masker, een ander masker schuilgaat.

Er zitten positieve en negatieve kanten aan dit bestaan van *performances*. Daarnaast is het ook de vraag wie de macht heeft in de toeristensector: de toerist of de *host*? Zijn het de toeristen die de macht hebben, omdat zij via stereotyperingen en verwachtingen op een onbewuste manier bepalen hoe de *hosts* zich kleden en gedragen en hoe hun reis zal verlopen (Urry, 1990 & 1996 in Stronza, 2001). De *hosts* lijken geen andere mogelijkheid te hebben, omdat zij er via een *performance* er het economisch best vanaf komen. Dit betekent wel voor hen dat zij hun eigen authentieke cultuur kwijtraken om de toerist te plezieren. Of is het zo dat de *hosts* de macht in handen hebben en dat zij zich zeer bewust zijn van de keuzes die zij maken ook met het oog op een positieve ontwikkeling voor zichzelf. *Hosts* kunnen zelf bepalen welke identiteit zij laten zien en voornamelijk ook wat zij niet laten zien. Zij zijn zich bewust van de rol die zij spelen en laten niet de echte betekenissen van hun authenticiteit zien, maar bewaren deze voor zichzelf. Daarnaast kan het zijn dat de cultuur van de *hosts* juist wordt behouden of dat het de oude tradities en waarden zelfs doet herleven (Van den Berghe, 1994 in Stronza 2001).

De Canadese socioloog en schrijver Erving Goffman (1959 in MacCannell, 1973), heeft in zijn onderzoeken naar interacties tussen mensen vastgesteld dat er twee gebieden zijn waar men zich in kan bevinden: de *front region* en de *back region*. En de interactie kan plaatsvinden tussen de uitvoerder (*the performer*), het publiek (*the audience*) en de buitenstaanders (*the outsider*). De uitvoerder kan zich zowel in de *front* als in de *back* gebied bevinden, het publiek heeft alleen toegang tot de *front* en de buitenstaander heeft nergens toegang toe. Doordat het publiek geen toegang heeft tot de *back*, heerst er een mysterie over wat er in de *back* is. Het is van belang voor de *back* om deze mystificatie te behouden, omdat de 'echtheid' van de *back* en de *front* gebieden niet overeenkomen. De *front* wordt meestal geassocieerd met het onechte en een voorstelling. De *back* wordt geassocieerd met het echte, het intieme en wanneer je toegang hiertoe wordt verleend, dat je een van hen bent. Wanneer het publiek toegang krijgt tot de *back*, kan het zijn dat de *back* een onechte *back* is. Opgezet als *front*. De *performance* heeft nog een laag. Dit gebeurt bijvoorbeeld bij een toeristische toer, waarbij de toeristen ervanuit gaan dat zij door de gids worden meegenomen naar het authentieke, maar eigenlijk weer terecht komen in een gecreëerde authenticiteit. Het blijft een *performance* en het is nóg een laag (Goffmann, 1959 in MacCannell, 1973).

## Hoofdstuk 2

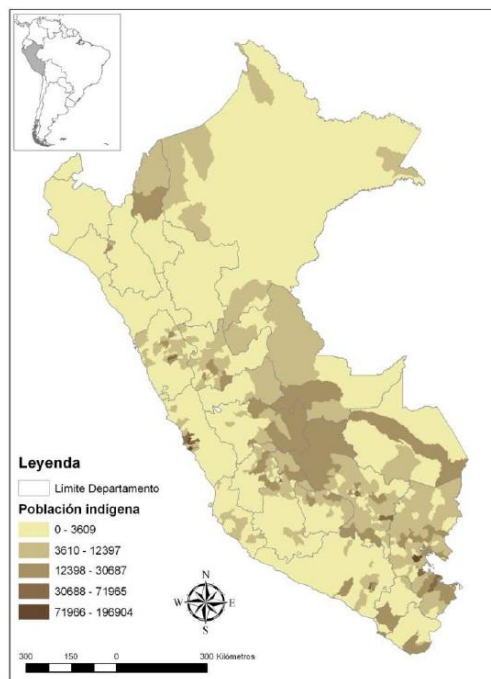
### DE PERUAANSE SITUATIE: TOERISME EN HET *INCANISMO*

In dit hoofdstuk wordt de theorie uit hoofdstuk 1 toegepast op de hedendaagse toeristensector van Peru, toegespitst op Cuzco. Om hier een beter inzicht in te krijgen, wordt in dit hoofdstuk de historische-, politieke-, en sociale context beschreven van Peru. De nadruk ligt hierbij op de periode vanaf 1990 en de stad Cuzco.

#### 2.1 Demografische en historische context van Peruaanse toeristensector

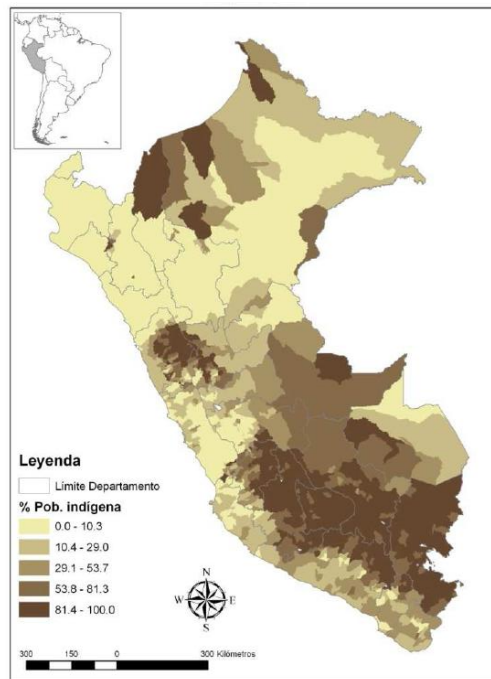
Peru, officieel *República del Perú* (Republiek van Peru), is een land gelegen aan de westkust van Zuid-Amerika met bijna 30 miljoen inwoners. Deze presidentiele republiek heeft als officiële taal het Spaans, maar ongeveer 16% van de bevolking spreekt een andere taal zoals de inheemse talen *Quechua* en *Aymara* (Nederlandse ambassade in Lima, 2014). Etniciteit is een gevoelig onderwerp in Peru, waardoor het ook lastig is om met zekerheid vast te stellen hoeveel mensen er in dit land wonen die van inheemse afkomst zijn. Volgens de Economische Commissie voor Latijns-Amerika (Comisión Económica para América Latina, CEPAL) bestond in 2007 ongeveer 25% van de bevolking uit inheemse mensen (Ribotta, 2010). Mensen van inheemse afkomst worden in het Spaans *indígenas* genoemd. Hiervan wonen er rond de 70% in de bergkammen van de Andes.

Figuur 4: De inheemse bevolking in Peru, ingedeeld in districten, volgens de telling van 2007.



Bron: Ribotta (2010: 18).

Figuur 5: Het percentage aantal van de inheemse bevolking in Peru, ingedeeld in districten, volgens de telling van 2007.



Bron: Ribotta (2010: 20).

Buiten Peru wordt er gesproken over de indianen van Peru, maar deze benaming wordt door de Peruaanse inheemse bevolking niet gewaardeerd. De inheemse bevolking noemt zichzelf geen *indios* (indianen), maar liever *cholo* of *mestizo*<sup>3</sup> (Madrid, 2011: 269). Het woord *indio* wordt gebruikt als scheldwoord en er ligt een stigma op, omdat een inheemse afkomst veel vooroordelen en discriminatie genereert in de Peruaanse maatschappij (Lee, 2010; Madrid, 2011).

De inheemse bevolking van Peru stamt af van de Inca's en de pre-Inca's<sup>4</sup>. Drie eeuwen lang domineerden de Inca's grote delen van Zuid-Amerika. Aan het begin van de 16<sup>e</sup> eeuw was het Inca rijk op zijn hoogtepunt en bestond het uit een groot deel van de westkust van Zuid-Amerika. Tegenwoordig zijn dit de landen Ecuador, Peru, Bolivia, een groot deel van Chili en kleinere delen van Argentinië en Colombia (Juif & Baten, 2013). Het rijk van de Inca's bestond uit verschillende volkeren verdeeld over een groot gebied. Zij spraken verschillende inheemse talen, waaronder het Quechua. Zij hadden een geavanceerd landbouwsysteem opgebouwd, eveneens een omvangrijk wegennetwerk, een sterk en meedogenloos leger en hadden grootse architecten (Juif & Baten, 2013; Williams & Murphy, 2013). Zij konden stenen op elkaar zetten, zonder dat er een speld tussen te krijgen was. De Machu Picchu is een van de bekendste architectonische bouwwerken uit de tijd van de Inca's.

De Inca koning en zijn generaals hadden een goede controle over het volk al dan niet door onderdrukking (Williams & Murphy, 2013). Er was sprake van een kleine elite en een zeer grote hoeveelheid die hierbuiten viel. De ongelijkheid tussen deze twee klassen was zichtbaar in de ongelijke verdeling van inkomen, scholing en voedsel. Een groot deel

<sup>3</sup> Mestizo is de benaming van iemand die inheemse en Spaanse voorouders heeft (Arellano, 2011: 108).

<sup>4</sup> Volkeren die voor de Inca's leefden, zoals de Nazca, Chimú en Chavín.

van de bevolking had geen scholing gehad en werd herhaaldelijk blootgesteld aan geweld (Williams & Murphy, 2013).

Na de 'ontdekking' van Amerika door Christoffel Columbus begon de opmars van de Spaanse Conquistadores langzaam op gang te komen. Zij waren op zoek naar goud, macht en nieuw grondgebied. In 1532 kwamen de Spaanse conquistadores onder leiding van Francisco Pizarro aan in het noorden van Peru. De conquistadores wisten de machtige Incakoning Atahualpa gevangen te nemen en te vermoorden (Juif & Baten, 2013). Mede dankzij de uitbraak van verschillende Europese ziektes, de burgeroorlog die was ontstaan en het uitbuiten van de bevolking, kregen de conquistadores de overhand. Gedurende veertig jaar boden veel indianen<sup>5</sup> weerstand aan de Spanjaarden, maar in 1572 vermoordde de Spanjaarden de laatste Incakoning Tupac Amaru en hiermee begon definitief een nieuw tijdperk (Juif & Baten, 2013). De komst van de Spanjaarden betekende grote veranderingen voor de Incabevolking in hun cultuur, taal, technologie, economie en demografie (Belknap & Sandweiss, 2014).

Deze rijke geschiedenis spreekt tot de verbeelding van vele toeristen en heeft vandaag de dag nog veel invloed op de cultuur en de politiek.

## 2.2 De politiek vanaf 1990

### 2.2.1 Fujimori en de *fujishock*

In tegenstelling tot de buurlanden Ecuador en Bolivia, heeft Peru geen sterke inheemse politieke partij of beweging (Madrid, 2011: 268). Pas sinds de jaren '80 van de 20<sup>e</sup> eeuw speelt etniciteit een iets grotere rol bij politieke verkiezingen in Peru. Lange tijd mocht een zeer groot gedeelte van de inheemse bevolking niet stemmen, omdat zij analfabeten waren en analfabeten mochten niet stemmen. Met een verandering in de grondwet in 1978 kregen analfabeten kiesrecht en stemrecht (Madrid, 2011). Hierdoor kon een grotere groep stemmers worden aangesproken en werden de wensen en de belangen van deze groep ook beetje bij beetje belangrijker. De invloed van deze nieuwe groep stemmers werd pas goed zichtbaar in de verkiezing van 1990.

Vanaf de jaren '60 kreeg de Peruaanse staat een steeds sterkere rol. Dit uitte zich onder andere in een ruime hoeveelheid subsidies en investeringen, die betaald werden met geleend buitenlands geld (Desforges, 2000a). Dit zorgde in de jaren '80 voor een schulden crisis met een extreem hoge inflatie van rond de 7.000%. Daarnaast kampte het land ook met ondervoeding en een hoge kindersterfte (Lee, 2010). In 1992 bevond 70% van de bevolking zich onder de armoedegrens, waarvan een derde tot de extreme armoede gerekend werd (Casado, 1998: 71).

Er waren niet alleen economische problemen, maar ook politieke en sociale problemen. De crisis in het land ging gepaard met politiek geweld op het platteland, afkomstig van de communistische beweging *Sendero Luminoso* (Lichtend Pad). Deze guerrillabeweging werd al in de jaren '70 van de 20<sup>e</sup> eeuw opgericht, maar kende haar hoogtepunt in de jaren '80. Dit politiek geweld zorgde voor negatieve reisadviezen vanuit het buitenland.

---

<sup>5</sup> Toen Columbus in 1492 de Atlantische oceaan was overgestoken, dacht hij op India te zijn gestuit. Dit waren echter de eilanden die dicht bij het Zuid-Amerikaanse continent lagen. De bewoners noemde hij indianen, naar (West) Indië.



Tegen 1989 stond de teller op 15.000 doden, veroorzaakt door het politieke geweld van de Sendero Luminoso (Casado, 1998: 71, Desforges 2000a:184). De aanvallen waren ook gericht op buitenlandse onderzoekers en toeristen. Deze zouden het 'kwaadaardige van het kapitalisme en imperialisme' vertegenwoordigen (Casado, 1998:71).

De termijn van de president Alan García liep af in 1990, waarna er nationale verkiezingen werden gehouden. Tijdens deze verkiezing waren de grootste kanshebbers de schrijver Mario Vargas Llosa en de relatief onbekende Alberto Fujimori. Vargas Llosa presenteerde zichzelf als *El shock*, en representeerde voornamelijk de elite van Peru. Hij hoorde bij de kleine groep mensen die al lange tijd de macht hadden in Peru (Desforges, 2000; Lee, 2010). Fujimori (ook wel bekend onder zijn koosnaam *El Chino*) presenteerde zich als *El anti-shock*. Hij wilde de armere bevolking 'beschermen' en zette zich hiermee tegenover Vargas Llosa. Fujimori won de verkiezingen, maar voerde na zijn winst een ander beleid in dan dat hij in de verkiezingscampagne pretendeerde te doen. *El Chino* ging een neoliberal beleid voeren, waarbij het uiteindelijke doel was om de Staat te moderniseren. Het leek erop dat de elite hier voornamelijk van zou profiteren. Zijn beleid zou bekend komen te staan als de *Fujishock* (Desforges, 2000; Lee, 2010).

Het neoliberalisme (zoals uiteengezet in hoofdstuk 1), gaat uit van de marktwerking tussen vraag en aanbod. De staat heeft hierdoor een kleinere rol en verkleint haar uitgaven. Om de staatsuitgaven te verminderen werd er veel geprivatiseerd en gingen de subsidies omlaag. Dit had ook als doel om de inflatie te verminderen. In 1990 was de inflatie 7657% en in 1991 was dit al gezakt naar 139% (Casado, 1998; Hill, 2007).

Het beleid dat Fujimori ten opzichte van het toerisme voerde, was op veel vlakken hetzelfde als het nationaal beleid. Er werd veel geprivatiseerd, zoals hotels (Casado 1998: 72), toeristische bedrijven en archeologische vindplaatsen. Deze werden gekocht door Limeños (mensen uit Lima) of buitenlanders. Fujimori ging wel door met het beleid ten opzichte van de projecten die in de jaren '80 waren gestart. Er werd meer dan 300 miljoen dollar geïnvesteerd in projecten en de verbetering van de infrastructuur om zo meer toeristen aan te trekken (Casado, 1998: 72).

De winst van Fujimori in deze verkiezing van 1990 had als voornaamste oorzaak dat hij een alternatief was in vergelijking met een kandidaat uit de heersende elite. Voor het eerst was er een buitenstaander, die niet tot de elite behoorde (Lee, 2010). In deze verkiezing was er volgens Madrid (2011) voor het eerst sprake van hetgeen wat hij *ethnic voting* (etnisch stemmen) noemt. Het gaat hierbij om het stemmen voor een partij waarmee de kiezer zich etnisch identificeert, ongeacht wie de kandidaat is (Madrid, 2011: 274). Dit kan als reden hebben dat de kiezer via zijn of haar stem solidariteit uit in de richting een lid van de endogroep, omdat zij zich met hem of haar identificeren. De etnische identiteit speelt een grote rol. Een andere reden is dat de standpunten van de kandidaat meestal elementen bevatten die de belangen van de kiezers betreft (Horowitz, in Madrid, 2011).

In de verkiezingen in Peru vanaf 1990, heeft *ethnic voting* drie keer voor een president gezorgd die niet bij de elite hoorde en waarmee de inheemse bevolking zich kon identificeren. Dit waren Alberto Fujimori (1990 en 1995), Alejandro Toledo Manrique (2001) en Ollanta Humala (2011). Fujimori is hierbij degene die niet in het rijtje thuis lijkt te horen, omdat hij van Japanse afkomst was. Terwijl Toledo en Humala een Peruaanse en inheemse achtergrond hebben (Madrid, 2011).

Het lag niet voor de hand dat het volk zich zou identificeren met een kandidaat van Japanse afkomst. Fujimori slaagde erin om tijdens zijn campagne de twee culturen, de Japanse en de Peruaanse, te mengen en het zo te presenteren dat de meerderheid van de bevolking in hem een goede vertegenwoordiging van Peru zag (Madrid, 2011). Hoewel de inheemse bevolking groot in aantal is, is het een minderheid in Peru. Fujimori behoorde met zijn Japanse etniciteit ook tot een minderheid. Hij had daarnaast ook weinig tot geen politieke ervaring, wat hem verrassend genoeg meer sympathie opleverde. Zoals vermeld, was Fujimori de eerste kandidaat die niet uit de elite kwam. De inheemse bevolking had niet veel op met de gevestigde politieke partijen en omdat hij geen politieke ervaring had, was hij de minst erge van de twee kwaden (Lee, 2010; Madrid, 2011).

Met zijn campagnemotto *honestidad, trabajo y tecnología* (eerlijkheid, werk en technologie) speelde hij in op de twee culturen. Onder andere omdat dit motto overeenkomsten toont met de morele code van de Inca's: *Ama sua, Ama quella, Ama lula* (nooit stelen, nooit liegen, nooit lui zijn), een van de weinige dingen die alle Peruaanse kinderen op school leren (Lee, 2010: 49). Stereotyperingen van De Aziaat werden er in de campagne ook bij gehaald. Op enkele flyers stond hij als een samoerai krijger en er ging een filmpje rond van Fujimori die een steen door midden brak met zijn handen. Hij presenteerde zichzelf als harde werker, die weinig at en er veel over had om zijn werk klaar te krijgen. Werk zou zelfs zijn hobby zijn. Peruanen zagen in hem de oplossing voor de crisis, omdat hij het Aziatische kapitalisme naar Peru zou kunnen brengen<sup>6</sup> (Lee, 2010). Zijn winst was te danken aan een zijn identiteitsmix tussen het traditionele en het moderne en Peruanen voelden zich meer met hem verbonden dan met zijn tegenstander Vargas Llosa.

De grootste prestatie onder leiding van Fujimori was de arrestatie van Abimael Guzman, de leider van de *Sendero Luminoso*. Dit zorgde voor meer veiligheid (Desforges, 2000b; Lee, 2010). Maar hoewel Fujimori in 1995 herkozen werd, nam zijn populariteit af. De beloften die hij in zijn campagnes had gedaan, kon hij niet waarmaken of hij gebruikte een andere aanpak dan hij eerder gezegd. Zijn acties bleken positiever te zijn voor de elite dan voor de arme bevolking. Hij maakte zich schuldig aan het schenden van mensenrechten, corruptie en omkoping en hiervoor werd hij in 2000 uit zijn ambt gezet (Lee, 2010). In 2009 werd Fujimori door de rechtbank schuldig bevonden aan machtsmisbruik en de schending van mensenrechten, waaronder moord en kidnapping. Hij werd veroordeeld tot 25 jaar gevangenisstraf (Lee, 2010: 57).

### 2.2.2 De inheemse presidenten Toledo en Humala

Alejandro Toledo Manrique, won de verkiezingen in 2001 en was de eerste president van inheemse afkomst. Hij had inheemse gelaatstrekken en werd *cholo* genoemd. Hij voerde voornamelijk campagne in de inheemse gebieden (Madrid, 2011: 277). Hij was hoog opgeleid, maar wat vooral indruk maakte op de Peruaanse bevolking was zijn huwelijk met Eliane Karp van Frans-Belgische afkomst. Een buitenlandse vrouw is volgens Lee (2010) een klassiek voorbeeld van de Peruaanse droom om een hogere

---

<sup>6</sup> Lee (2010) citeert enkele stemmers: "It seems the Japanese are dominating the world. All the watches and radios now come from there" – "Here in Peru you will never see a broke Japanese. They all have a little restaurant or business. They work late hours" (Lee, 2010: 51).

sociale status te krijgen (Lee, 2010: 55). Zijn inauguratie omvatte een Incaritueel bovenop de Machu Picchu (Silverman, 2002; Barr, 2003).

Toledo ging verder met het neoliberale beleid van Fujimori, maar kreeg hier problemen mee toen hij twee grote elektriciteitsmaatschappijen wilde privatiseren en aan een Belgisch bedrijf wilde verkopen. Het zou de staat 167 miljoen dollar opleveren, maar de bevolking kwam in opstand. De rellen leidde tot twee doden, honderden gewonden en gearresteerden en er was voor bijna 100 miljoen dollar aan schade (Hill, 2007: 440). De mensen die voor hem hadden gestemd, keerden zich nu tegen hem. In 2002 uitte hij zijn twijfels over het liberaal beleid tijdens een bijeenkomst van de twee Amerika's:

“Friends, Latin America is boiling over... Citizens feel that markets have brought unemployment, denationalization, dependence, impoverishment, and, what is even worse, desperation” (Hill, 2007: 439).

Het liberaal beleid had voor de armere bevolking tot dusver nog niet veel opgeleverd. De winnaar van de meest recente verkiezing in 2011, Ollanta Humala, had veel kritiek op zijn voorgangers<sup>7</sup>. Hij zei dat dit beleid er vooral voor heeft gezorgd dat de armere bevolking wordt uitgesloten van het politieke systeem en dat er meer sociale en verschillen in inkomens zijn. Humala wilde de rijkdommen van het land verspreiden onder de bevolking en deed dit via een sociaal-nationalistisch beleid, waarbij de staat mag interveniëren op de markt (Madrid, 2011).

Humala maakte in vergelijking met Fujimori en Toledo het meeste gebruik van zijn etniciteit. Humala heeft een Quechua achternaam en *indígena* afkomst. Tijdens zijn campagne gebruikte hij zijn etniciteit in zijn *performance*. In zijn campagne waren regelmatig Incasymbolen te zien, zoals de regenboogvlag. Bij bijeenkomsten droeg hij een poncho en sprak Quechua tegen zijn publiek (Madrid, 2011: 286). Voor een aantal belangrijke posities binnen zijn partij benoemde hij inheemse kandidaten, maar voor alsnog was het merendeel blank of mesties.

Zoals gebleken is etniciteit bij de verkiezingen in Peru de laatste decennia belangrijker geworden. Het is nog niet in zo'n grote mate als bijvoorbeeld in Bolivia en Ecuador, omdat er in Peru geen grote inheemse politieke beweging is. Een andere belangrijke factor in de Peruaanse verkiezingen van de presidenten Fujimori, Toledo en Humala, is de populistische aanpak geweest (Barr, 2003; Madrid, 2010). De drie presidenten wezen de traditionele partijen van de elite af en focusten hun campagnes op de armere bevolking. Zij legden nadruk op hun afkomst en op hun behaalde successen (Madrid, 2011). De armere en inheemse bevolking heeft nooit veel gehad met de traditionele partijen en konden zich met de drie heren identificeren. In het geval van Fujimori en Toledo spreekt men over het neopopulisme: “een politiek fenomeen waarbij de leider persoonlijke banden probeert te krijgen met de armere massa, terwijl deze een liberaal beleid nastreeft” (Barr, 2003: 1161)<sup>8</sup>.

---

<sup>7</sup> Alan García werd gekozen tot president tijdens de verkiezingen van 2006. Hij was ook aan de macht voor de ambtstermijn van Fujimori van 1985 tot 1990 (Drinot, 2011). Hij voerde een liberaal beleid en was tot 2011 aan de macht. García behoorde wel weer tot de elite en wordt hierom nu verder buiten beschouwing gelaten in deze scriptie.

<sup>8</sup> Mijn eigen vertaling

### 2.3 *El turista es su amigo*: de toerist is uw vriend

De politiek heeft veel invloed gehad op het ontstaan en de ontwikkeling van de toeristensector in Peru. De sterke rol die de staat had voor 1990 had een positief effect op de toeristensector. Peru richtte in 1977 de *Fondo de Promoción Turística* (FOPTUR) op. Deze instantie was verantwoordelijk voor de promotie van het land, zodat er meer toeristen naar Peru zouden komen. Er werd veel geïnvesteerd in projecten die invloed hadden op deze sector. Een voorbeeld hiervan is de verbetering van infrastructuur. De wegen en het luchtverkeer werden verbeterd waardoor het gemakkelijker werd voor de toeristen en voor de bevolking, om rond te reizen (Desforges, 2000a).

De schulden crisis van de jaren '80 bracht ook politiek geweld met zich mee, voornamelijk vanuit de communistische guerrillabeweging *Sendero Luminoso* (Casado, 1998, Desforges, 2000a). Zij pleegden aanslagen en vielen de bevolking aan en werden door het buitenland gezien als een terroristische groepering. De aanvallen waren niet alleen gericht op de burgers van Peru, maar ook op buitenlandse onderzoekers en toeristen. Zij zouden het "kwaadaardige van het kapitalisme en imperialisme" vertegenwoordigen waartegen de *Sendero Luminoso* streed (Casado, 1998: 71)<sup>9</sup>. Vanwege de aanwezigheid van dit geweld gaf het buitenland een negatief reisadvies voor Peru af.

Nadat de leider van de *Sendero Luminoso* gevangen was genomen, kwamen de toeristen in steeds grotere getale naar Peru. Hierdoor namen de investeringen in toerisme door de staat en het buitenland ook toe. Er werden luxe hotels gebouwd en er was meer aandacht voor de verbetering van de kwaliteit, efficiëntie en productiviteit van de toeristische goederen en service (Casado, 1998). Door middel van een campagne van FOPTUR werd er een positieve houding van de Peruaanse bevolking ten opzichte van toeristen gepromoot, met de slogan: "El turista es su amigo"<sup>10</sup> (Desforges, 2000: 187). Het ging steeds beter met de toeristensector en zowel de toerist als de lokale bevolking was optimistischer gestemd.

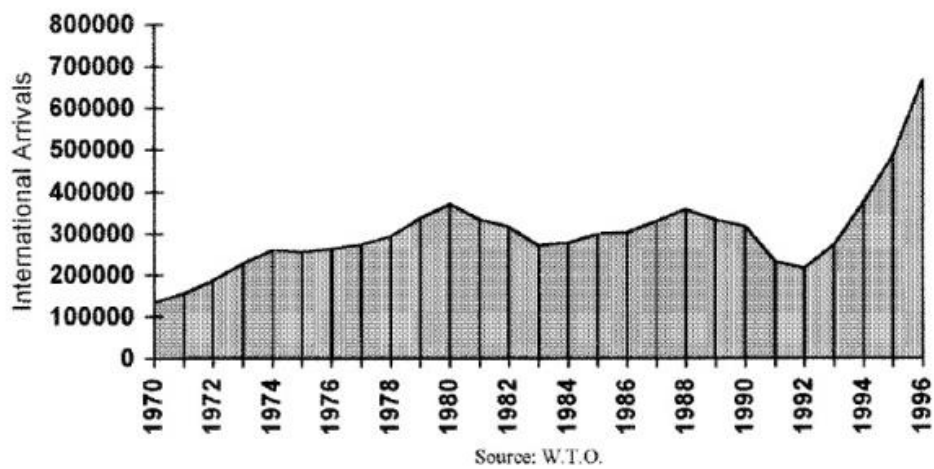
In 1996 slaat het politieke geweld echter weer toe. Deze keer vanuit de guerrillagroepering *Movimiento Revolucionario Túpac Amaru* (MRTA) (Casado, 1998). Honderden Japanse en Peruaanse afgevaardigden van de regering, diplomaten en ondernemers werden gegijzeld in de Japanse ambassade. Na 126 dagen kwam er een einde aan de gijzeling, waarbij een gegijzelde, een militair en alle betrokkene MRTA leden omkwamen (Casado, 1998). Verwacht werd dat deze gebeurtenis veel invloed zou hebben op het aantal toeristen dat naar Peru zou komen. Dit bleek echter niet zo te zijn. In figuur 6 is te zien dat in 1995 er rond de 500.000 toeristen naar Peru kwamen en in 1997 was dit aantal gegroeid naar 700.000. In de jaren die volgden nam dit aantal alleen maar toe zoals te zien is in figuur 6.

---

<sup>9</sup> Mijn eigen vertaling

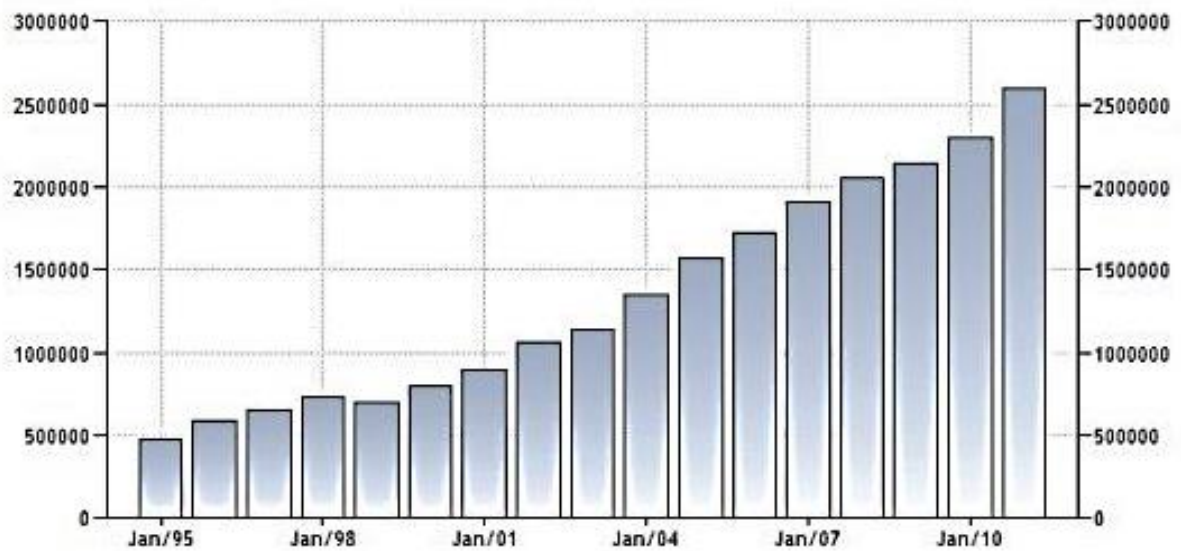
<sup>10</sup> Vertaling: De toerist is uw vriend

Figuur 5: De hoeveelheid internationale toeristen in Peru in de periode tussen 1970 en 1996.



Bron: Desforges (2000:187)

Figuur 6: De hoeveelheid internationale toeristen in Peru in de periode tussen 1995 en 2011.



Bron: Trading Economics (2014)

## 2.4 Toerisme en toeristen in Cuzco

De grootste aantrekkingskracht van Peru ligt in de bergketen van de Andes op 2400 meter hoogte. Het gaat hier om de 'verloren' Inca stad Machu Picchu. Deze is door zijn positie ver in de bergen nooit ontdekt door de Spaanse conquistadores en is mede daarom goed bewaard gebleven. In 1911 werd de stad ontdekt door de Amerikaanse Hiram Bingham (Van den Berghe & Flores Ochoa, 2000; Arellano, 2008). Vlak daarna wijdde het tijdschrift National Geographic een heel nummer aan de Machu Picchu, waarna de toeristenstroom naar deze stad langzaam op gang kwam. In 1983 werd de Machu Picchu opgenomen op de Werelderfgoedlijst van UNESCO (Arellano, 2011:107).

De Machu Picchu was in 2012 en alle voorgaande onderzochte jaren vanaf 2008, de belangrijkste reden voor internationale toeristen om naar Peru te komen. Prom Perú, de opvolger van FOPTUR, zegt dat van de 2,8 miljoen internationale toeristen 75% van de toeristen dit als belangrijkste motivatie geven (Prom Perú, 2012). Onder deze 2.8 miljoen vallen ook zakentoeeristen. De ruïne ligt relatief dicht bij de stad Cuzco, wat lange tijd de hoofdstad van het Inca rijk was. Oorspronkelijk was de stadsplanning van Cuzco gebouwd in de vorm van een poema, een van de drie dieren die zeer belangrijk waren voor de Inca's. Sinds de ontdekking van de Machu Picchu is Cuzco de plek waarvandaan de toeristen naar de verloren stad vertrekken.

Tegenwoordig is Cuzco uit zijn oorspronkelijke stadsplanning gegroeid, door ruraal-urbane migratie en door de grote hoeveelheid toeristen die de stad elk jaar bezoeken. De stad kent nog enkele Inca bezienswaardigheden, maar dankt zijn charme vooral aan de koloniale gebouwen en kerken rondom het centrale plein. Er is veel geld gestoken in het verbeteren van infrastructuur en andere voorzieningen. In de stad zijn bijvoorbeeld ook veel hotels en restaurants aanwezig in verschillende prijsklassen (Arellano, 2011).

Om een beter beeld te schetsen van de samenstelling van de internationale toeristen die naar Peru komen, voert Prom Perú elk jaar een onderzoek uit. De gegevens uit 2012 zijn de meest recent gepubliceerde. Peru wordt voornamelijk bezocht door de internationale toeristen uit Latijns-Amerika en de Verenigde Staten. Daarnaast komen er veel toeristen uit Canada, Verenigd Koninkrijk, Frankrijk, Duitsland, Spanje, Italië, Japan en Australië. Iets meer dan de helft reist alleen, maar een groot deel reist ook in koppels of met vrienden, respectievelijk 20% en 17%. Bijna twee derde van de toeristen zijn mannen en 11% van alle toeristen zijn studenten. Er komen meer getrouwde mensen naar Peru, maar alsnog is 45% van alle toeristen alleenstaand. Het overgrote deel van de toeristen komt naar Peru vanwege de rijke cultuur en de geschiedenis. Maar ook het eten en de natuur zijn in trek. Veel toeristen (62%) kopen souvenirs, en vooral inheemse kleding is in trek. Verder is 97% van de toeristen tevreden of zeer tevreden met zijn of haar bezoek aan Peru (Prom Perú, 2012).

De toeristen zijn zeer tevreden na hun bezoek aan Peru, maar hoe wordt dit ervaren door de lokale bevolking van Peru, zijn zij ook zo tevreden over de toeristensector? De verbetering van de infrastructuur heeft er voor gezorgd dat de lokale bevolking gemakkelijker kan rondreizen. Feit is wel dat de lokale bevolking, voornamelijk rond Cuzco, nog steeds zeer arm is (Arellano, 2011; Ypeij, 2012). Iedereen wil onderdeel zijn van deze miljoenen industrie, maar doordat de toeristensector voornamelijk in handen is van de elite en buitenlanders heeft de armere bevolking weinig kansen. Een groot

gedeelte van de formele banen vereisen enige vorm van educatie, het liefst een hoog opleidingsniveau, iets waar rurale migranten en de lagere urbane klasse niet aan kunnen voldoen (Ypeij, 2012). De armere bevolking komt dan vaak te werken in de informele sector. Maar werknemers in de formele banen zijn ook niet zeker van een goed betaalde baan, omdat er veel concurrentie is.

Daarnaast is etnische discriminatie nog een groot probleem. De inheemse en armere bevolking wordt door de andere sociale klassen gediscrimineerd. Zij worden door de rest van de Peruaanse bevolking gezien als het stereotype *indio*: een inferieur en minderbegaafd persoon die alleen *quechua* spreekt en niet kan lezen en schrijven (De la Cadena, 2000 in Arellano 2011). Men noemt zichzelf liever *mestizo*, omdat dit wordt gezien als het tegenovergestelde van een *indio*. Door druk vanuit de Peruaanse maatschappij is er een proces van de-indianisatie gaande (De la Cadena, 2000 in Arellano 2011), dat wil zeggen het minder *indio* worden.

Tegelijkertijd is er ook juist een proces bezig van indianisatie, waarbij men de inheemse identiteit aanneemt of versterkt. Zij die in de toeristensector werken zijn zich bewust van hetgeen wat de toeristen in o.a. brochures en het internet zien, en proberen hierop in te spelen (Ypeij, 2012). En wat de toerist wil is een authentieke ervaring, waarbij het inheemse een belangrijke factor is. Het werk en de interactie met de toerist heeft invloed op de identiteit van de *host*, omdat de toeristensector afhankelijk is van wat de toerist wil. De *host* zal zich dus moeten aanpassen, wil hij of zij geld verdienen. Het feit dat de inheemse bevolking alleen Quechua spreekt wordt door de hogeropgeleide toerist juist zeer gewaardeerd, omdat dit volgens hen een pure uiting is van de Inca cultuur (Arellano, 2011).

#### **2.4.1 Verschillende soorten toerisme in Cuzco**

De laatste jaren zijn er veel bijvoeglijke naamwoorden gebruikt voor het woord toerisme, om een specifiekere soort van toerisme aan te duiden. Zoals ecotoerisme, drugstoerisme, gezondheidstoerisme, jongerentoeisme etc. Het toerisme waarvoor de toeristen naar Peru komen, is volgens Babb (2012), Bauer (2007) en Hill (2007) in ieder geval het cultureel toerisme, het romantisch toerisme en het mystiek toerisme. Cultureel toerisme is toerisme waarbij er intieme, interculturele ontmoetingen plaatsvinden (Babb, 2012). Toeristen zoeken hierbij naar een authentieke ervaring met de inheemse Peruanen. Hetgeen wat zij te zien krijgen is vaak een geromantiseerd of meer exotisch gemaakt beeld dan de realiteit. En zowel de staat als de bevolking creëren dit beeld of spelen hier op in (Babb, 2012: 37).

Het tweede soort toerisme in Peru is het romantische toerisme (Bauer, 2008). Deze vorm van toerisme bestaat al sinds de eerste reisondernemingen, bijvoorbeeld de *Grand Tour* (zie 1.1.1). Het gaat hierbij niet zozeer om de cultuur en de natuur, maar meer om de seksuele mogelijkheden die een toeristische reis kan opleveren. Jeffreys (2003, in Bauer, 2008: 612) pleit ervoor om het romantische toerisme eerder de benaming sekstoerisme of zelfs prostitutietoerisme te geven, omdat hierbij vaak geld of goederen in ruil voor seks worden gegeven door de toerist. Overal op de wereld komt deze vorm van toerisme voor, bijvoorbeeld op de Caraïben, Ecuador, Indonesië, Gambia en Vietnam (Bauer, 2007, 2008). En zowel mannen als vrouwen nemen hieraan deel. In Peru hebben

de *bricheros* een grote rol in deze vorm van toerisme. Hier wordt verder op in gegaan in hoofdstuk 3.

Het mystieke toerisme (Hill 2007; 2008) heeft veel weg van het cultureel toerisme. Ook hier gaat het om een authentiek inheemse ervaring, maar het spirituele aspect is hierbij groter. De 'mystieke kracht' van de Inca's trekt voornamelijk veel toeristen die bewust bezig zijn met spirituele groei door nieuwe ervaringen (Hill, 2008). Lokale reisbureaus springen hierop in door bijvoorbeeld de mogelijkheid te bieden om aan een rituele offering van coca bladeren aan *Pachamama*<sup>11</sup> in een oude Inca tempel mee te doen (Hill, 2007, 2008). Prom Perú speelt ook in op het spirituele, door reclames uit te brengen waarin het mystieke van Peru centraal staat. Een voorbeeld hiervan is een reclame waarin een inheemse man op de top van de Machu Picchu in stilte staat, omringd door mist en de tekst "Pack your six senses" (Hill, 2007: 434).

## 2.5 Het verheerlijken van de Inca's door het *incanismo*

Niet alleen de toeristen tonen interesse in de Incacultuur, maar ook een steeds groter deel van de Peruaanse bevolking. Deze interesse wordt ook gekenmerkt door een geromantiseerde utopie van het Inca Rijk (Hill, 2008). Men noemt dit het *incanismo* (van het Spaans *incanismo*). Dit is een lokale vorm van het *indigenismo*: een beweging die opkwam halverwege de 19<sup>e</sup> eeuw in Latijns-Amerika, die veel aandacht heeft voor de herwaardering van de inheemse cultuur en de rechten van de inheemsen (Silverman, 2002; Arellano, 2008).

Het *indigenismo* had invloed op het nationaal bewustzijn en de nationale identiteit, waarbij de inheemse en zijn normen en waarden werd gezien als de basis van de nationale identiteit (Arellano, 2008). Het *incanismo* is de lokale Peruaanse variant, waarbij de Incacultuur centraal staat en wordt verheerlijkt (Van den Berghe & Flores Ochoa, 2000; Hill, 2007; Arellano, 2008; Ypeij, 2012). Het *incanismo* kan in vele vormen voorkomen volgens Hill (2007). Namelijk als:

"ethnic nationalism, as subaltern class identity, as a revivalist movement, as a marketing strategy, as New Age cultural romanticism, as an intellectual project, as a state tourism development discourse, as a regionalist identity, and as cultural patrimony" (Hill, 2007: 450).

Na eeuwen van een geïsoleerd bestaan, werd Cuzco aan het begin van de 20<sup>e</sup> eeuw onder de aandacht gebracht bij buitenstaanders, mede door de ontdekking van de Machu Picchu en de aansluiting van Cuzco op het treinnetwerk (Arellano, 2008:42). De interesse die gewekt werd bij de Peruaanse en buitenlandse academici was het begin van de herontdekking van de 'indiaan' of de inheemse. Het *incanismo* kwam hierdoor tot stand (Arellano, 2008:42).

Lokale instanties probeerden de inheemse populatie te mobiliseren om zo de authentieke inheemse identiteit die gebaseerd is op de Inca cultuur, te doen herleven. Een manier waarop dit werd gedaan was door een belangrijk Inca ritueel letterlijk en figuurlijk een podium te geven. Sinds 1944 wordt er elk jaar op 24 juni een *Inti Raymi*

---

<sup>11</sup> *Pachamama* is de aarde: moeder natuur. Dit is onderdeel van het Inca geloof, waarbij reciprociteit een belangrijk onderdeel is.



(Zonnefestival) georganiseerd, waarbij een rituele Incaceremonie wordt nagespeeld (Hill, 2007; Arellano, 2008). Lokale mensen nemen hieraan deel en de beste muzikanten en dansers uit de omgeving werden gevraagd om mee te spelen. Dit had naast het doen opleven van de regionale culturele identiteit ook als doel om Cuzco in een culturele attractie om te toveren en om de aandacht van de overheid te krijgen:

“On the day when thousands of visitors will be announced, the government itself will be obliged to provide us with all the facilities: landing, paved highways, integral drainage, improve living standards for workers and so on, so as not to show a bad spectacle to the visitor [...] some other new industries deriving from tourism, such as those producing souvenirs, would provide work for thousands of people in areas where tourism is well organized” (Vidal, 1946: 5, in Arrellano, 2008: 51)

Wat begon als een evenement van een dag groeide uit tot een week evenement. Toen de overheid in 1952 inderdaad aandacht kreeg voor het festival en het begon te financieren, werd er ook een officieel script opgezet met professionele acteurs uit Lima (De la Cadena, 2000, in Hill, 2007). Tegenwoordig spelen er meer dan 500 acteurs, dansers en musici mee in het toneelstuk en komen er honderdduizenden toeristen op af (Arellano, 2008).

In het geval van de interventie van *Inti Raymi* door de Peruaanse staat, spreekt men over *state incanismo* (Hill, 2007). Een vorm van incanisme waarbij het niet gaat om het regionale, maar om de centrale (overheid). Dit is een populistische vorm van incanisme, die in de politiek wordt gebruikt om een nationaal gevoel en identiteit op te wekken. Een ander voorbeeld van het gebruik van incanisme in de politiek is de campagne en inauguratie van Toledo. Tijdens zijn campagne voorafgaand aan zijn overwinning gebruikte Toledo zijn inheemse afkomst om steun van de inheemse bevolking te verkrijgen. Hij speelde in op het gedachtegoed van de Incacultuur, door zich regelmatig al zingend of dansend in een poncho te vertonen en door naar zichzelf te verwijzen met een naam van een Inca koning (Silverman, 2002). De inauguratie van 29 juli 2001 die bovenop de Machu Picchu plaatsvond, bestond uit traditionele rituelen die door ‘Inca’ priesters werd uitgevoerd (Silverman, 2002; Barr, 2003).

Toledo 's populariteit nam al snel af toen hij besloot om de privatiseringen van het neoliberaal beleid van zijn voorganger door te voeren. Ook de Machu Picchu zou aan deze reeks van privatiseringen moeten gaan geloven, waar de bevolking van Cuzco het absoluut niet mee eens waren (Hill, 2007). De Cusqueños, inwoners van Cuzco, protesteerden, staakten en schreven leuzen op de muren als “Q’osqorunas [Cusqueños], defendamos nuestra cultura”<sup>12</sup> (Hill, 2007: 439). Deze protesten zorgden voor meer solidariteit en eenheid onder de bevolking van Cuzco. Daar waar het incanisme Toledo eerste hielp in zijn politieke carrière, keerde het zich nu tegen hem.

---

<sup>12</sup> Vertaling: inwoners van Cuzco, laten we onze cultuur beschermen.

Figuur 8: Tijdens de anti-privatiseringsprotesten in juni 2002 gaan honderden inwoners van Cuzco de straat op.



Bron: Hill (2007: 440)

Er bestaan twee uitingen van incanisme: het *state incanismo* en hetgene wat Hill (2007) het *urban mestizo incanismo* noemt. Beiden worden gebruikt om een identiteit te creëren of te bevestigen. De laatste is de vorm van incanisme waarbij het meer gaat om de regionale identiteit en bevolking. Deze vorm houdt in dat men de Incabeschaving idealiseert en adoreert, en dat men zichzelf als afstammelingen ziet van deze beschaving (Van den Berghe & Flores Ochoa, 2000; Hill, 2007). De aanhangers van dit type incanisme zijn selectief in wat zij verafgoden, want het brute geweld, de offerrituelen en andere negatievere aspecten van de beschaving worden vaak niet genoemd of over het hoofd gezien (Van den Berghe & Flores Ochoa, 2000: 10). Als beweging staan zij tegenover het *state incanismo* en het neoliberal beleid, omdat deze volgens hen geen recht doet aan het Inca erfgoed. Ook wordt er volgens hen te weinig aandacht gegeven aan de ongelijkheid en discriminatie van de inheemse volkeren.

Incanisme draagt indirect bij aan het onderhouden van archeologische vindplaatsen, de constructie van monumenten en museums, en het vergroten van de kennis over het Peruaanse culturele erfgoed op scholen, in boeken en het theater (Van den Berghe & Flores Ochoa, 2000). De lokale bevolking ziet zichzelf als trotse erfgenamen van de Inca beschaving en wil deze cultuur beschermen. Tegelijkertijd trekt dit toeristen aan die ervoor zorgen dat de inheemse cultuur commerciëler wordt. De komst van de toeristen zorgt wel weer voor geld waarmee de *totems* van de Incabeschaving kunnen worden onderhouden. Iets waarvan het incanisme weer profiteert.

Het incanisme is volgens Van den Berghe & Flores Ochoa (2000) handelswaar van de overheid geworden door het te gebruiken voor het aantrekken van toeristen. Het *state incanismo* heeft zijn weg gevonden via de promotie van Peru bij de toeristen. Prom Perú wordt als middel gebruikt om reclame te maken voor de toeristensector van Peru. De reclames en advertenties van Prom Perú hebben vrijwel allemaal te maken met de traditionele cultuur (zie figuur 9, 10 en 11). De overheid heeft een grote vinger in de pap als het gaat om het presenteren van Peru, en specifiek Cuzco, als bestemming voor mystiek toerisme (Hill, 2007).

Figuur 9: Reclame van de hoofdpagina van Prom Perú met daarop de tekst: “Perú: rijk van de onontdekte schatten”<sup>13</sup>.



Bron: Prom Perú (2014)

Figuur 10: Reclame van de hoofdpagina van Prom Perú met daarop een shot van *Inti Raymi* met de tekst: “Peru heeft een plan voor iedereen. Wees onderdeel van de festiviteiten die Cuzco in petto voor je heeft!”<sup>14</sup>.



Bron: Prom Perú (2014)

Figuur 11: Reclame van de hoofdpagina van Prom Perú van een westers uitziende jongeman, met op de achtergrond Machu Picchu en de tekst: “Wat je ook nodig hebt, vandaag is het te vinden in Peru”<sup>15</sup>.



Bron: Prom Perú (2014)

<sup>13</sup> Mijn eigen vertaling

<sup>14</sup> Mijn eigen vertaling

<sup>15</sup> Mijn eigen vertaling

Beide vormen van incanisme houden zich bezig met een cultuur en een identiteit die niet meer bestaat en daarom niet meer authentiek is, omdat het Inca rijk al een paar eeuwen geleden is gevallen. Wat over is gebleven zijn enkele representaties van deze cultuur, al dan niet beïnvloed door andere culturen en de kolonisatie van Spanje. Het gaat om *performances* van de Inca cultuur (Van den Berghe & Flores Ochoa, 2000; Hill, 2007). De afwezige authenticiteit in de moderne maatschappij en het dagelijks leven van de toerist, zorgt voor de zoektocht naar authenticiteit in afgelegen gebieden zoals Cuzco (Ypeij, 2012; Vich, 2007). Waar toeristen naar zoeken in Peru, bestaat echter niet meer. En sommige toeristen zijn zich hier meer van bewust dan anderen (Hill, 2008).

## **Hoofdstuk 3**

# **DE ONTMOETING TUSSEN TOERIST EN HOST IN DE PRAKTIJK: *BRICHERISMO***

Hoewel de hoofdstad Lima de stad is die procentueel de meeste internationale toeristen trekt, is de stad Cuzco *the place to be* voor de vakantie toeristen. De toeristen die aankomen in Lima horen vaak bij de zakentoeeristen. Zij doen zaken in Lima en reizen niet verder. Deze toeristen zijn heel andere toeristen en hebben heel andere motieven dan de toeristen die naar Cuzco gaan (Prom Perú, 2014). In hoofdstuk 2 zijn de drie verschillende soorten toerisme genoemd waarvoor de toeristen naar Cuzco komen: cultureel-, romantische- en mystiek toerisme. In dit hoofdstuk wordt er gekeken naar hoe deze drie soorten zich in de praktijk voordoen in Cuzco. Het accent ligt op de relatie van persoonlijke ontmoetingen die plaatsvinden tussen toerist en *host*. De nadruk ligt hierbij op het romantische toerisme, ook wel het sekstoerisme genoemd. De persoonlijke ontmoeting tussen de toeristen en de lokale bewoners wordt onderzocht aan de hand van een uiting van het incanisme: het *bricherismo*.

### **3.1 Seks, drugs en alcohol in de toeristensector van Cuzco**

Het romantische toerisme had oorspronkelijk al meer te maken met seks dan met romantiek. Bij de *Grand Tour* uit de 18<sup>e</sup> en 19<sup>e</sup> eeuw werd er voor het eerst gesproken over de aanwezigheid van het sekstoerisme, waarbij mannen zich naast culturele activiteiten ook met seksuele activiteiten bezighielden (Littlewood, 2001, in Bauer, 2008, 2009a). Sekstoerisme was echter niet alleen weg gelegd voor mannen, maar ook de welgestelde vrouw maakte reizen waarbij er seksuele activiteiten plaatsvonden. De seksuele activiteiten van de vrouwen werden eerder als romantisch gezien waarbij de emotionele kant meer van toepassing was dan bij de mannen en hun 'jacht'. Volgens Bauer (2009a) zou het kunnen zijn dat er daarom onderscheid werd gemaakt tussen het 'slechte' sekstoerisme van de man en het 'goede' sekstoerisme van de vrouw, door de introductie van de term romantisch toerisme.

Veel toeristen denken bij een toeristische reis niet meteen aan de mogelijkheid van onverwachte vrijwillige seksuele activiteiten en zijn hierdoor niet goed (genoeg) voorbereid wanneer dit wel gebeurt. Onveilig vrijen komt hierdoor veel voor en de betrokken partijen (toerist met toerist, of toerist met *host*) lopen hierdoor een groot risico op het verkrijgen van een seksueel overdraagbare aandoening (soa) (Bauer, 2007, 2008, 2009a, 2009b; Cabada *et al.*, 2003, 2009). Ook de Gemeentelijke Gezondheidsdienst (GGD) in Nederland waarschuwt reizigers om altijd voorbereid te zijn op een seksuele ontmoeting op reis, ook wanneer er in eerste instantie geen plannen voor zijn. Op vakantie wordt er over het algemeen meer alcohol genuttigd dan thuis, waardoor remmingen eerder wegvallen en de kans op (onveilige) seks groter wordt geacht. Dit risico kan worden verminderd door goed voorbereid op vakantie te gaan en altijd condoms mee te nemen (GGD, 2014).

Een toeristische reis gaat vaak gepaard met een gevoel van vrijheid en ongebondenheid. De dagelijkse sleur wordt thuis achtergelaten en de sociale controle van familie,

vrienden en de maatschappij valt tot op zeker hoogte weg. Dit zorgt ervoor dat toeristen zich veel sneller op een manier gaan gedragen die in de normale thuissituatie onacceptabel zou worden gevonden (Bauer, 2007). In een situatie waar een grote groep mensen bijeenkomt om te ontspannen en te genieten, zoals in de toeristensector, is de kans op seksuele activiteiten groot (Cabada, Montoya, Echevarría, Samalvides & Gotuzzo, 2002). Zo ook in Cuzco.

Cuzco is geen voor de hand liggende locatie voor sekstoerisme, omdat hier de tropische elementen ontbreken zoals zon, strand en de kleding die weinig verhullend is, die wel te vinden zijn in de meer bekende locaties voor sekstoerisme zoals Jamaica en Gambia (Bauer, 2009a: 289). Cuzco ligt op 3360 meter hoogte in het Andesgebergte en hoewel de zon er ook regelmatig schijnt, kan het behoorlijk fris en regenachtig zijn. Men kleedt zich een stuk meer bedekt dan in de tropische locaties. Toeristen die hier uitgaan, doen dit meestal op hun bergwandelschoenen. De zwoele sfeer en de verleidelijke kleding zijn niet aanwezig, maar het onderzoek van Cabada *et al.* (2003) wezen toch uit dat gemiddeld 5,6%<sup>16</sup> van de toeristen in Cuzco seks heeft tijdens hun verblijf in de stad. Dit zou jaarlijks een hoeveelheid van rond de 56.000 toeristen betekenen.

Sommige toeristische trekpleisters op de wereld maken reclame voor de aanwezigheid van seksuele mogelijkheden en mixen zo het exotische met het erotische. Cuzco doet hier niet aan mee, maar heeft zijn reputatie te danken aan mond-op-mond 'reclame' (Bauer, 2007: 288). Een geïnterviewde vrouw die samen met twee vriendinnen door Peru rondreist, zei er het volgende over:

"Um, really, we just want some fun. I am here for the sex thing. Cuzco is good for getting locals for sex. Hm, yes, I was told there is plenty of sex available in Cuzco" (Bauer, 2009a: 352).

Hoewel deze geïnterviewde expliciet voor het sekstoerisme naar Cuzco lijkt te zijn gekomen, is sekstoerisme een 'spontanere' vorm van toerisme dan bijvoorbeeld het culturele- en/of mystieke toerisme. In tegenstelling tot de tropische locaties, gaat men niet helemaal naar Peru reizen om seks te hebben. Deze mogelijkheid dient zich pas aan wanneer men al in Peru is (Bauer, 2009a). Jaarlijks komen er gemiddeld 1 miljoen toeristen naar Cuzco (WTO, 2006 in Bauer, 2008). Deze stroom van toeristen kunnen worden opgedeeld in korte- en lange termijn toeristen. De korte termijn toeristen komen naar Cuzco, omdat zij een reis aan het maken zijn langs meerdere plekken in Peru of Latijns-Amerika en verblijven korte tijd in de stad. De lange termijn toeristen zijn degene die in ieder geval een aantal weken in Cuzco blijven, voor vrijwilligerswerk, stage of om Spaans te leren.

---

<sup>16</sup> Het onderzoek is uitgevoerd door Cabada *et al.* (2003) onder 2540 toeristen die tussen twee dagen en zes maanden in Cuzco verbleven. Als we er van uitgaan dat dit percentage gelijk is gebleven en we dit toepassen op de 1 miljoen toeristen die in 2006 naar Cuzco zijn gekomen (WTO, 2006, in Bauer, 2008), dan komen we uit op 56.000 toeristen die tijdens hun verblijf seks hebben gehad met een andere toerist of met een Peruaan. Het artikel van Cabada *et al.* dat uitgebracht is in 2002 toonde een uitkomst van 12,2%, respectievelijk 122.000 toeristen die tijdens hun verblijf seks hebben gehad. Dit onderzoek was uitgevoerd op het internationale vliegveld Jorge Chávez te Lima en gaat niet alleen over het seksuele gedrag van de toerist in Cuzco, maar in heel Peru. Dit onderzoek is gedaan onder 442 toeristen, waarvan 77% Cuzco heeft bezocht. Vermoedelijk is het verschil in percentage tussen het onderzoek uit 2002 en het onderzoek uit 2003 te verklaren door het gemiddeld kortere verblijf en het verschil in reisgezelschap van de toerist van de geïnterviewde in het onderzoek van 2002 (Cabada *et al.*, 2003:216).

### 3.2 *Bricherismo*: actief incanisme

Het sekstoerisme in Cuzco kan niet worden besproken zonder te kijken naar het fenomeen *bricherismo*. Dit fenomeen hoort in de categorie van het sekstoerisme, maar heeft ook veel overlappende factoren met het culturele- en mystieke toerisme en is een *performance* van het incanisme (Hill, 2007). Degene die het *bricherismo* uitvoeren zijn de *bricheros* (mannen) en de *bricheras* (vrouwen) en het werkwoord hiervoor is *brichear*. Oorspronkelijk gaat het hierbij om mannen en vrouwen uit Cuzco die een (seksuele) relatie aangaan met toeristen, in ruil voor eten, een slaapplek, spullen en andere materiele goederen. Een vlucht naar het buitenland met iemand die een betere sociaal-economische positie heeft is het ultieme doel. Zij doen dit door zich als afstammelingen van de Inca's te profileren en zo de interesse van de toerist op te wekken (Bauer, 2008; Cabada *et al.*, 2002, 2009; Lingán & Manrique, 2003).

Dit is heel anders dan hoe de mannen in de tropische gebieden zoals de Caraïben te werk gaan: zij willen de vrouwen voornamelijk een leuke tijd bezorgen, bij de *bricheros/as* gaat het vooral om het persoonlijke voordeel die ze hiermee behalen (Bauer, 2008).

#### 3.2.1 De opkomst van het *bricherismo*

Het *bricherismo* is ontstaan doordat er vanaf de jaren '60 van de vorige eeuw steeds meer toeristen naar Peru kwamen en de Peruanen door hadden dat dit een manier kon zijn om hun economische positie te verbeteren. Hoewel er vanaf de jaren '60 al Peruanen waren die voldeden aan de omschrijving van een *brichero*, kwam deze term pas tot leven in de jaren '90 door de Peruaanse literatuur. Er kwamen drie boeken uit, waarin het *bricherismo* een rol speelde: in *Señores destos Reynos* de tekst *Buscando un Inca* van Luis Nieto Degrogori, *Inka Trail* van Oswaldo Chanove en *Cazador de Gringas* van Mario Guevara Paredes (Hill, 2007; Churampi Ramírez, 2008).

De titel van het laatste boek betekent 'de jager van de *gringas*'. Vrouwen uit Noord-Amerika en Europa worden meestal *gringas* genoemd. Dit boek is geschreven door een *ex-brichero* en gaat over een *brichero* die het verhaal vertelt van hem en zijn huidige *gringa* vriendin. Voor de jaren '90 waren er ook al teksten te vinden waarin het *brichero* voorkwam, maar Mario Guevara Paredes wordt gezien als baanbrekend (Churampi Ramírez, 2008: 1-2). Volgens de drie boeken zijn *bricheros* Peruanen die hun tijd wijden aan het veroveren van de harten van Noord-Amerikaanse en Europese vrouwelijke toeristen (*gringas*), om op deze manier hun economische positie te verbeteren. Het ultieme doel is om een ticket naar het buitenland te bemachtigen (Lingán & Manrique, 2003; Churampi Ramírez, 2008).

Er wordt aangenomen dat de woorden *bricherismo/brichear/brichero/brichera* hun oorsprong vinden in het Engelse woord *bridge* (Cabada *et al.*, 2002; Lingán & Manrique, 2003; Bauer, 2008). Dit kan twee redenen hebben. Ten eerste dat de *brichero/a* uit Peru weg wil en dat de toerist een brug hiervoor is. Een andere uitleg is dat de *brichero/a* zelf een brug vormt tussen twee culturen. Het is ook mogelijk dat het Engelse woord *breeches* de oorsprong vormt, wat zou wijzen op de korte broeken die de inheemse bevolking zou dragen (Bauer, 2008: 613). Of het woord *breeches* wijst op de onderbroek



en daarmee naar de seksuele relatie die de *bricheros* als 'service' verschaffen (Revilla, 2007, in Churampi Ramírez, 2008).

Zoals in hoofdstuk 1 verteld is, biedt de toeristensector een podium voor het ontstaan van een *performance* van een culturele identiteit als product of service (Hill, 2007). Deze *performance* hoeft niet een representatie van de werkelijkheid te zijn, maar is eerder een werkelijkheid die speciaal gecreëerd is voor die situatie. De 'cultuur' die zij laten zien aan de toerist is de primitieve cultuur die de Westerlingen in hun hoofd hebben (Bruner, 1991: 241). In het geval van Cuzco is het incanisme de culturele identiteit en de *performance* de *brichero*.

Churampi Ramírez (2008) stelt de vraag wie de *brichero* echt is en of de identiteit geveinsd wordt of dat de *brichero* eigenlijk zichzelf is, maar het slim weet te spelen door de juiste eigenschappen meer aandacht te geven? De meeste *bricheros* hebben het inheemse uiterlijk al met zich mee, dus wat dat betreft is het hun 'echte' identiteit (Churampi Ramírez, 2008: 4). De *performance* gaat daarom niet zozeer om het uiterlijk van de *brichero*, maar meer om het volledige plaatje dat hij naar buiten brengt en wat wordt opgevangen door de toerist. Het is een kwestie van *mirroring images*, omdat de *brichero* de toeristen een beeld van een persoon laat zien, die zij zelf wilden zien. De *brichero* houdt hen een spiegel voor (Churampi Ramírez 2008). De *bricheros* letten zelf goed op hoe zij zich presenteren en gedragen in het bijzijn van de toerist, omdat zij via hun gedrag het vertrouwen van de toerist kunnen winnen (Lingán & Manrique, 2003:189).

*Bricherismo* is bijna een fulltime baan, omdat er veel vaardigheden bij komen kijken die moeten worden aangeleerd of moeten worden onderhouden en de persoon continue in zijn rol moet blijven. Het is bijvoorbeeld een pré om Engels te kunnen spreken, omdat de meeste toeristen niet of nauwelijks Spaans of Quechua spreken. Ook is een *brichero* bekend met veel dansvormen: van de *indígena* dans *huayno* tot de salsa en de rock (Churampi Ramírez, 2008). Plekken om toeristen te verleiden en op te pikken zijn dan ook voornamelijk de discotheken (*gringotecas*), cafés, restaurants en archeologische vindplaatsen (Bauer, 2007, 2009a; Hill, 2007; Churampi Ramírez, 2008). Het incanisme komt om de hoek kijken bij de kennis van de *brichero* over de Inca's en de kosmologie van de Andes, die hij gebruikt om door de toeristen interessant te worden gevonden.

"[...] the ways in which *bricheros/as* slyly and calculatingly construct themselves as mystical figures as part of their seduction of tourist. [...] I was often told that *bricheros/as* in Cusco like to take tourists up to the ruins near Sacsayhuamán known as the Temple of the Moon in order to seduce them with a combination of sexuality and mysticism" (Hill, 2007: 444).

Het uiterlijk is ook zeer belangrijk, omdat zij zich hierdoor echt als afstammelingen van de Inca's kunnen presenteren. Het lange zwarte haar en de inheemse gelaatstrekken laten duidelijk zien dat zij anders zijn dan de westerse mannen. De westerse vrouwen vallen hier als een blok voor, omdat het anders is dan 'normaal'. De *bricheros* kleden zich in inheemse kleding, wat de illusie versterkt (Churampi Ramírez, 2008).

De armere bevolking heeft enige sympathie voor de *bricheros* (niet zozeer voor de *bricheras*), omdat zij een typisch voorbeeld zijn van hoe de armere bevolking op allerlei manieren probeert te overleven. De handigheid en de intelligentie waarmee het



*bricherismo* gepaard gaat, levert respect op (Churampi Ramírez, 2008: 7). De Peruaanse mannen zijn soms zelfs jaloers op de *bricheros*, omdat zij passen in de *machismo* cultuur van Latijns-Amerika (Hill, 2007). Het *machismo* is het (extreme) macho gedrag van de man. Hieronder valt ook het veroveren van vele vrouwen. Alle mannelijke Peruanen willen een *gringa* en het 'hebben' van een buitenlandse dame kan de sociale status aanzienlijk verbeteren. De *brichero* kan als de seksuele wreker voor de Peruanen gezien worden, omdat hij de *gringa* kan krijgen die als een onmogelijke prooi wordt gezien (Clavijo, in Churampi Ramírez, 2008). Ze worden gezien als inheemse *conquistadores*.

De *brichero/a* wordt niet graag als prostituee of als gigolo gezien. De definitie van prostitutie is: betaalde seks (Van Dale, 2014). Of de *brichero/a* hier inderdaad niet aan doet is twijfelachtig, omdat hij/zij niet direct seks voor geld hebben maar wel voor andere materiele goederen. Het gaat bij de oorspronkelijke *bricheros* minder om seks dan om de huidige *bricheros*. Het ging hen meer om het geven van een beetje 'liefde' en aandacht, in ruil voor materiele zaken. Hoe de *brichero* te werk gaat, wordt kort door Vich (2007) beschreven:

"<...> un sujeto andino que deambula por diferentes lugares turísticos a fin de conquistar amores que le permitan pasarla bien y, en el mejor de los casos, poder huir del país. Los *bricheros* viven en los bares y desde allí acosan a sus víctimas a partir de una intensa conversación cuyos temas centrales son la mitología andina, la historia peruana y el frenético magnetismo de la ciudad de Cuzco"<sup>17</sup> (Vich, 2007: 160).

Er is een dubbele moraal met betrekking tot de mannen en de vrouwen die zich bezighouden met het *bricherismo*. Daar waar de *brichero* op sympathie of zelfs jaloezie kan rekenen, wordt de *brichera* vaak als prostituee gezien (Lingán & Manrique, 2003; Hill, 2007). Dit heeft onder andere te maken met de *machismo/marianismo* cultuur van Latijns-Amerika. Het *marianismo* verlangt van de vrouw dat zij puur en maagdelijk blijft, terwijl het *machismo* het macho gedrag van de man beloont. *Bricheras* voldoen niet aan de acceptabele norm van seksueel gedrag en worden daarom geminacht door de bevolking (Bauer, 2008). De *bricheras* worden door de Peruaanse bevolking meer geassocieerd met prostitutie dan de *bricheros*. Het zou bij hen meer gaan om het geld en de cadeaus wat ze met seks kunnen krijgen. De *bricheras* kleden zich niet inheems en dragen veel make-up. (Lingán & Manrique, 2003; Bauer, 2008).

Omdat er een stigma op het woord *brichera* is komen te liggen, gebruiken de Peruaanse vrouwen ook wel het woord *chineadora*. Dit zou een 'lievere' vorm van de *brichera* zijn, waarbij het meer gaat om een vriendschap en praten, dan om seks. Lingán en Manrique (2003) trokken echter de conclusie dat *chinear* hetzelfde is als *brichear* (Lingán & Manrique, 2003: 179).

---

<sup>17</sup> Mijn eigen vertaling: "<...> een type uit de Andes, die langs verschillende toeristische plekken zwerft, om zodanig liefjes te veroveren waarmee hij een leuke tijd kan hebben, en in het beste geval hem de mogelijkheid geeft om het land te 'ontvluchten'. De *bricheros* leven in bars en maken vandaaruit jacht op hun slachtoffers, door hen te benaderen en een gesprek te voeren waarbij de centrale thema's zijn: de mythologie van de Andes, de Peruaanse geschiedenis en de uitzinnige aantrekkingskracht van de stad Cuzco" (Vich, 2007: 160).

Peru kampt nog steeds met veel armoede, voornamelijk in het Andes gebergte gebied. De bevolking probeert op alle mogelijke manieren onderdeel te zijn van een sector waar veel geld in omgaat. In het neoliberale tijdperk is het *bricherismo* een manier van overleven geworden (Hill, 2007; Churampi Ramírez, 2008). Het liberaal beleid heeft weinig positieve dingen voor de arme bevolking van Cuzco opgeleverd, omdat zij veelal worden uitgesloten van de toeristensector door de elite en buitenlandse bedrijven. Via het incanisme proberen de cusqueños de politiek te beïnvloeden. Maar het gaat eigenlijk niet zozeer om dat ze tegen het liberaal beleid zijn, maar meer om het feit dat ze graag meer kansen willen hebben op de toeristenmarkt (Hill, 2007:435).

Cuzco is veel veranderd door de komst van toerisme en is een soort levend museum geworden, waar de moderne wereld en de traditionele wereld elkaar tegenkomen (Churampi Ramírez, 2008: 9). Het liberalisme wilde moderniteit behalen via het toerisme en het is de *brichero* gelukt om toegang te krijgen tot de moderniteit en de westerse wereld (Hill, 2007). Ondertussen kan de *brichero* zelf niet modern zijn, omdat hij het beste weet te overleven door zichzelf als ex-primitieveling te promoten. "You must be modern, but realize that you can't be modern" (Nugent, 2006:14, in Hill, 2007:446). Gebruik makende van het incanisme weet hij een informele beroepsidentiteit te creëren (Hill, 2007: 446).

### 3.2.2 El nuevo brichero: de nieuwe brichero

Sinds een aantal jaar is er sprake van een andere soort *brichero*: de *nuevo brichero* (Cabada *et al.*, 2002). Deze persoon weet vrijwel niets van de inheemse cultuur en kleedt zich meer westers dan zijn voorganger. Vaak is de *nuevo brichero* een werknemer in de toeristensector met een formele baan bijvoorbeeld als gids, hotelmedewerker, in een discotheek of een bar. De *bricheras* werken ook bij bars, in restaurants en discotheken en hebben soms een eigen bedrijfje (Bauer, 2008). Enkele eigenaren van de discotheken of bars moedigen hun werknemers aan om veel contact te leggen met de toeristen, omdat op deze manier er meer verdiend wordt (Cabada *et al.*, 2002).

Peruaanse jongeren horen verhalen via via, de zogenaamde mythen, over *bricheros/as* die veel succes hadden met hun manier van leven. Bijvoorbeeld dat er *bricheros/as* zijn die veel verdienen aan het daten met toeristen, soms wel 100 dollar per week. Of verhalen waarbij het ultieme doel is gehaald: trouwen met een toerist en verhuizen naar het buitenland (Lingán & Manrique, 2003:186). In hoeverre deze verhalen waar zijn, is moeilijk te bepalen.

Sinds de jaren '90 vorige eeuw komen de werknemers in de toeristensector niet meer alleen uit Cuzco, maar ook uit andere steden en departementen. Met ook allemaal andere achtergronden, zoals de kust, jungle en uiteraard de Andes (Bauer, 2008; Cabada *et al.*, 2009). Ook hoger opgeleide jongvolwassenen die geen baan kunnen vinden in andere steden zoeken in Cuzco hun geluk. Voor de *bricheros/as* die oorspronkelijk uit andere steden en streken komen, is de sociale controle net als bij de toeristen ook een stuk minder. De familie van deze Peruanen bevindt zich op een zodanige afstand, dat zij zich tegenover niemand hoeven te verantwoorden (Lingán & Manrique, 2003: 179).

De jonge Peruanen hadden door hun werk in de toeristensector een grote kans op vrijblijvende seks met toeristen. Dit bracht een groter wordend risico op het oplopen

van een soa met zich mee. Vanaf de jaren '90 gingen ook andere groepen zich bezighouden met het sekstoerisme in Cuzco, zoals vrouwen en homoseksuelen (Cabada *et al.*, 2009).

### **3.3 *Bricherismo*: onderzoeksresultaten uit de praktijk**

Een probleem met het *bricherismo* is dat bijna niemand zichzelf als zodanig identificeert. In de interviews die gehouden zijn onder Peruanen gaat het altijd over 'anderen' of 'vrienden' die zij kennen die *brichero* zijn, maar zelf identificeren ze zich hier niet mee (Bauer, 2008; Cabada, 2009). Ook al passen ze wel in het plaatje. En bij de toeristen wordt er ook niet snel toegegeven dat zij te maken hebben gehad met een *brichero* of *brichera*. De onderzoeken van Bauer (2007, 2008, 2009a, 2009b), Cabada *et al.* (2002, 2003, 2009) en Lingán en Manrique (2003) vormen de basis voor deze paragraaf, waarin wordt gekeken naar de daadwerkelijke ontmoeting tussen de toeristen en de *bricheros/as*. Er wordt daarnaast een beeld geschetst van de manier waarop beide partijen naar elkaar kijken en elkaar ervaren.

Cabada *et al.* (2009) zegt dat de term *brichero* tegenwoordig opgaat voor jonge Peruanen die aan seksuele activiteiten doen met toeristen. In deze paragraaf wordt er van deze beschrijving uit gegaan, mede doordat de onderzoeken waarop deze paragraaf gebaseerd zijn verschillende definities hanteren. Dit komt voornamelijk door de ontbrekende zelfidentificatie door de geïnterviewden. Omdat subjectiviteit en eigen belang hierbij een rol spelen, wordt er in deze paragraaf van uit gegaan dat alle Peruanen (mannen) en Peruaansen (vrouwen) die seks hebben met toeristen, *bricheros* of *bricheras* zijn. De vrijblijvende seks wordt hierbij gezien als de persoonlijke voordelen die hiermee worden behaald.

#### **3.3.1 De ontmoetingen tussen toeristen en *bricheros***

Cuzco heeft rondom het centrale plein Plaza de Armas het toeristisch centrum liggen. Alle restaurants, pubs, bars, discotheken en de meeste restaurants liggen op loopafstand van dit plein. De directe ontmoetingen tussen toeristen en Peruanen komen tot stand door toeristische activiteiten in en om de stad, zoals op een trektocht of een wandeling door het toeristisch centrum, of in het bruisende nachtleven van Cuzco (Lingán & Manrique, 2003; Bauer, 2007, 2009a; Churampi Ramírez, 2008). De *gringotecas* worden veruit het meest genoemd als plek van ontmoeting. Dit zijn de discotheken waar tot diep in de nacht op allerlei soorten muziek wordt gedanst. Als we kijken naar het sekstoerisme van Cuzco is dit de plek waar de meeste ontmoetingen tot seksuele activiteiten leiden.

De aandacht en het geflirt komt niet van een kant, want zowel de toeristen als de Peruanen stappen op elkaar af. De mannen stappen wel vaker op de vrouwen af dan andersom. De Peruanen die wel worden benaderd door de vrouwelijke toeristen, zijn zeer verbaasd over de stoutmoedigheid waar dit soms gepaard mee gaat (Bauer, 2008). In de *gringotecas* wordt er gedanst, geflirt en gezoend: de activiteiten die in alle discotheken over de hele wereld toch wel plaatsvinden. Bauer (2009a) interviewde toeristen en vroeg hoe zij werden benaderd:

“Elke: ‘Ah, where are you from? What are you doing here? How old are you? Do you have a boyfriend? Do you want to go out? Do you want this, that, bla, bla.’

Helen: ‘What are you looking for? Restaurant, bar, movie, a man?’, and I was so shocked, he said ‘a man’, you know’.

Jill: ‘Where are you from? Do you have a boyfriend?’, so I started to say, yes, just to make them go away, ‘Is he here in Peru?’, and I say, no, he is in the States. ‘oh, well, as long as he is not here.’, yeah’ ” (Bauer, 2009a: 354)

En de geïnterviewde *bricheros* en *bricheras* in Lingán en Manrique (2003) antwoorden bijna hetzelfde in hoe beide partijen elkaar benaderen. De toeristen kunnen de continue aandacht niet altijd waarderen, waardoor ze onvriendelijk en kil reageerden op vragen van de Peruanen. Dit vonden ze zelf ook niet leuk om te doen, omdat ze liever vriendelijk dan arrogant wilden overkomen (Bauer, 2009a).

De *bricheras* die geïnterviewd zijn door Bauer (2008) zeggen dat een bezoek aan een discotheek gegarandeerd seks kan betekenen. In het geval van de Peruanen zou alleen de aanwezigheid in een discotheek er al op duiden dat je seks wilt (Bauer, 2008: 618). De Peruaanse Gigi denkt dat de mannelijke toeristen de vrouwen als gratis prostituees zien. En ook de *bricheros* denken dat de vrouwelijke toeristen hen zo zien. De vrouwen die naar de disco's gaan zijn volgens Pedro geïnteresseerd in seks en zijn daar heel duidelijk in (Bauer, 2008). Maar ook de vrouwelijke toeristen kunnen zich ongemakkelijk voelen, zoals Helen: “...you know, I think sometimes we are seen like prostitutes or something...” (Bauer, 2009a: 355).

Als beide partijen seksuele activiteiten willen ondernemen, kunnen zij naar verschillende plekken gaan: de hotelkamer van de toerist, een hotelkamer van een ander hotel maar wel betaald door de toerist, het huis of de kamer van de Peruaan(se) of tijdens een trektocht in tenten, hotels of ruïnes. De geïnterviewde *bricheros/bricheras* gaven aan dat zij de voorkeur gaven om naar hun eigen huis of kamer te gaan. Dit kan knusser zijn en op deze manier kan de toerist zien wie ze zijn (Bauer, 2008, 2009a).

### 3.3.2 Aantrekkelijkheid

Het uiterlijk is een belangrijke factor in de aantrekkingskracht tussen toeristen en Peruanen. De Peruanen zijn erg gecharmeerd van het westerse uiterlijk en vooral de blonde haren en blauwe of groene ogen worden aantrekkelijk gevonden (Bauer, 2007, 2008, 2009a). De ogen van de vrouwen zijn belangrijk voor de aantrekkelijkheid van de toeristen volgens de *bricheros* (Bauer, 2008:615). En de *bricheras* vinden de westerse mannen stukken aantrekkelijker dan de Peruanen, mede door hun uiterlijk maar ook doordat zij vriendelijker en minder macho zijn dan de Peruanen. De *bricheras* veranderen weinig aan hun uiterlijk, behalve het opdoen van een flinke laag make-up (Lingán & Manrique, 2003; Bauer, 2008).

De *bricheros* veranderen hun uiterlijk daarentegen wel, omdat ze weten dat de vrouwelijke toerist hierdoor wordt aangetrokken. De westerse vrouwen vallen op het uiterlijk van de ex-primitieveling: bruine huid, zwart haar en inheemse gelaatstrekken. Om nog meer nadruk te leggen op de identiteit van de ex-primitieveling, laten de *bricheros* hun haar groeien en trekken zij inheemser ogende kleding en accessoires aan (Bauer, 2007, 2008, 2009a). De Peruanen zijn zich hier heel bewust van, zo ook Pedro: “[Tourists are] like: ‘I am going to Peru and look for an Indio’ ” (Bauer, 2008: 618).

De Peruaanse vrouwen snappen maar amper dat de Peruaanse mannen die zij onaantrekkelijk, zelfs lelijk vinden, door de westerse vrouwen wel aantrekkelijk worden gevonden (Bauer, 2009a). De toeristen worden, net als de *bricheras* door de mannelijke toeristen, aangetrokken tot iets dat anders is dan normaal. De *bricheros* die oorspronkelijk niet uit Cuzco komen, hebben minder sterke inheemse kenmerken, maar door de inheemse kledingstijl te imiteren weten ook zij de toeristen aan te trekken. De nieuwkomers worden door de *cusqueños* niet gewaardeerd en zien ze als namaak-*bricheros*. De toeristen merken het verschil zelden op (Bauer, 2008: 616).

De *brichero* creëert niet alleen een nieuwe identiteit door zijn uiterlijk te veranderen, maar ook door zich anders te gedragen dan hij 'normaal' zou doen. Een vrouwelijke toerist noemt het *the whole Pachamama thing* waar zij en de andere toeristen op vallen (Bauer, 2009a:353). De Peruaan spreekt Quechua, speelt de fluit, kauwt coca bladeren, weet veel over de geschiedenis, geeft massages en lijkt te luisteren naar wat de westerse vrouwen vertellen. Doordat de meeste *bricheros* geen baan hebben of een baan met flexibele werktijden (zoals muzikant), kan de tijd met de toerist naar wens worden ingedeeld (Bauer, 2009a). Bij Peruaanse vrouwen is dit een stuk moeilijker, omdat zij vaker een baan hebben waarbij lange dagen worden gemaakt.

Vrouwelijke toeristen denken dat zij als trofee worden beschouwd door de Peruanen. Degene die alleen een seksuele relatie met een Peruaan hebben maakt het ze niet zo veel uit. Wanneer het een serieuzere relatie betreft, voelt de toerist meer gêne om samen met de Peruaan over straat te lopen (Bauer, 2009a). Het eerste geval wordt door *bricheros* inderdaad zo ervaren, omdat het 'hebben' van een *gringa* de sociale status kan verbeteren. Het uiterlijk telt daarbij niet eens echt mee: "Not pretty, but a *gringa*. The main thing, she is a *gringa*. This is important" (Bauer, 2008: 616).

Ook denkt de gemiddelde vrouwelijke toerist dat zij aantrekkelijker wordt gevonden dan Peruaanse vrouwen, omdat westerse vrouwen over het algemeen over meer seksuele vrijheid zouden bezitten en minder afhankelijk en veeleisend zijn (Bauer, 2009a: 353). Voor de *brichero* speelt de seksuele vrijheid inderdaad een rol, maar het feit dat het meisje niet langer dan een paar dagen of weken zou blijven werd ook als positief ervaren (Bauer, 2007).

### **3.3.3 Het verloop van relaties tussen toeristen en Peruanen**

De vele verschillende relaties die uit de ontmoetingen tussen toeristen en Peruanen leiden, kunnen variëren van de one-night-stands tot huwelijken. De korte relaties van een paar uur of een paar dagen draaien voornamelijk om seks en de korte termijn toeristen hebben dit soort relaties vaker dan lange termijn toeristen. Meestal reizen deze vrouwen in groepen en draait het alleen maar om plezier en niet om emoties (Bauer, 2007).

De korte relaties werken ook voor de Peruaanse mannen die zich wel amuseren. Vaak genoeg hebben zij meerdere 'vriendinnetjes' tegelijkertijd in hun leven. Om de kans op een werkende en langdurige relatie te vergroten en het verdriet van de weggaande geliefdes te verzachten, biedt de grote stroom aan toeristen afleiding. Overlappende relaties kunnen het minder pijnlijk maken, omdat er een andere toerist klaar staat. Het

kan veel moeite kosten om ervoor te zorgen dat de andere 3 of 5 vriendinnetjes de relatie niet van elkaar weten (Bauer 2007, 2008).

Als lange termijn toeristen relaties aangaan met een Peruaan hebben deze eerder een romantischere basis. De paden hebben elkaar bijvoorbeeld gekruist op het werk en er is meer tijd mee gemoeid voordat de beide partijen een relatie beginnen. De behoefte aan gezelschap neemt toe naarmate de vermoeide en eenzame toerist langer in Cuzco is (Bauer, 2008; 2009a). De relaties zijn van emotionelere aard en de behoefte aan intimiteit is belangrijker dan de behoefte aan seks. Als het gaat om een *brichero* of *brichera* is de kans groot dat de Peruaan bij de toerist komt wonen en dat hij of zij gaat leven op het geld van de toerist (Bauer, 2008).

De lange termijn toeristen die door Bauer (2007) werden geïnterviewd, zeiden dat zij naar Cuzco kwamen en af wisten van de *bricheros* en wilden hier niets mee te maken hebben. Een aantal van hen zijn uiteindelijk toch een relatie met een Peruaan aangegaan, mede door het eenzame gevoel en de behoefte aan gezelschap dat met hun verblijf samen ging (Bauer, 2007). Dat de Peruaan(se) bij de toerist intrekt is geen uitzondering. Het is voor beide partijen mogelijk dat het over meer dan seks gaat en dat emoties ook een rol zijn gaan spelen. Mensen worden ook verliefd. De *bricheros* zeggen dat het pijnlijk is als er elke keer een meisje weggaat en sommigen zijn hier oprecht verdrietig over, omdat ze op zoek zijn naar een levenspartner (Bauer, 2008, 2007). En ook de *bricheras* vinden het moeilijk om elke keer maar weer leuke mensen te ontmoeten en vervolgens afscheid te nemen. Alles is tijdelijk. Soms komen de geliefden terug of worden de reisplannen aangepast of uitgesteld, maar de meeste relaties mislukken uiteindelijk toch door cultuur- en verwachtingsverschillen (Bauer, 2007: 290).

Er wordt over het algemeen vanuit gegaan dat het ultieme doel voor *bricheros* en *bricheras* het vertrek naar het buitenland is. Het verkrijgen van een visum. Maar de interviews van Bauer (2008) met *bricheras* tonen aan dat er (ook) *bricheras* zijn die liever niet het land willen verlaten. Ze zijn gefocust op hun studie en hun carrière en willen liever dat de *gringo* naar Peru komt dan dat zij verhuizen (Bauer, 2008:619). Deze vrouwen zeggen dat er ook *bricheras* bestaan die wel alleen maar op de materiele voordelen gefocust zijn. Geld, eten, alcohol, drugs, een visum en een ticket. Dit alles in ruil voor seks. Soms worden de *gringos/as* ook beroofd na de seks (Bauer, 2008).

De vrouwelijke toeristen denken ook dat het de *bricheros* voornamelijk te doen is om persoonlijke winst. Volgens hen is er de materiele winst van onder andere betaalde maaltijden, betaalde drankjes, accommodatie, reisjes en geld. Geleend geld komt nooit terug. Sommigen zijn zich ervan bewust dat het er op deze manier aan toe gaat en dat zij in dit 'systeem' vastzitten. Anderen echter niet (Bauer, 2009a: 354). Dit systeem van persoonlijke winst voor beide partijen is in feite de kern van het *bricherismo*. Het is traditioneel geaccepteerd dat mannen degene zijn die meestal betalen, maar in het *bricherismo* is dit meestal andersom. De vrouwelijke toerist betaalt voor de lokale man.

“However, the women decide how they use their money, and if they choose to support somebody whose interest clearly lies in the material gain, one could argue that it is their decision. In the general local view, such women were judged as stupid and naïve. They were laughed at for doing it, and the men were despised for taking up the offer. Perhaps surprisingly, most interviewees described the situation as if they were exclusively talking about somebody else, denying that they could be seen as doing the same. While

they were critical of other women, their own case was perceived different” (Bauer, 2009a: 354)

Naast het materiele, is er volgens de vrouwelijke toeristen de seks als bonus. “Get experience with a *gringa*, then marry a local girl” (Bauer, 2009a:354). Omdat de Peruaanse vrouwen meestal de hele dag aan het werk zijn, hebben ze maar weinig tijd om de Peruaanse mannen te entertainen. De *gringas* hebben wel veel tijd en gaan op een gegeven moment ook weer weg. Ze zitten nergens aan vast.

Het *brichear* kan veel opleveren en is relatief simpel te noemen, omdat er meestal met een simpele *hola!* al veel bereikt kan worden. Om na deze ontmoeting het ergens over te kunnen hebben, leren de Peruaanse jongeren het Engels en zoeken zij op internet naar informatie waar de toerist in geïnteresseerd is (Lingán & Manrique, 2003: 186). Bijvoorbeeld om aanbevelingen te doen over wat de toerist zou moeten zien, of waar je het beste kunt eten. *Bricheros/as* leren daarnaast ook veel over de landen waar de toeristen vandaan komen en schrijven dit bijvoorbeeld in een boekje om alles te kunnen onthouden (Lingán & Manrique, 2003: 187). Het internet wordt ook gebruikt om contact te houden met de toeristen als zij weg zijn uit Peru. Via e-mails kunnen oude emoties weer worden opgewekt en onderhouden en dit kan met veel toeristen tegelijkertijd worden gedaan (Lingán & Manrique, 2003). Tegenwoordig worden de social media, zoals Facebook, veel gebruikt om contact te onderhouden.

Al eeuwenlang heeft Peru te maken met ras en klasse conflicten, waarbij voornamelijk de inheemse bevolking gediscrimineerd werd. Doordat de inheemse bevolking in Cuzco in de toeristensector worden gediscrimineerd door een baan aan iemand anders te geven, hebben de jongeren zich tot het *bricherismo* gewend. Op deze manier kunnen zij profiteren van de toeristensector. Het *bricherismo* is iets waar wat meer positievere aandacht gepaard gaat. Niet van de Peruaanse bevolking, maar van de toeristen. De *gringa* of *gringo* (mannelijke versie) geeft aandacht aan iemand die anders nooit echt positieve aandacht krijgt (Lingán & Manrique, 2003; Churampi Ramírez, 2008). De relaties worden meer gelijkwaardiger ervaren en de Peruanen worden als gelijke behandeld door de toerist. Dit kan het zelfvertrouwen van de Peruaanse jongere aanzienlijk doen vergroten.

### **3.3.4 Seks, condoomgebruik en soa's**

Op het plein Plaza de Armas werken 's avonds jongemannen die de toeristen met gratis drankjes de discotheek waar zij voor werken in willen lokken. Het kan voorkomen dat de toerist de hele avond langs alle bars gaat voor deze *free drinks*- coupons, waardoor er in korte tijd veel alcohol kan worden genuttigd (Bauer, 2007). Het op deze manier nuttigen van alcohol kan al snel leiden tot het wegvallen van remmingen en ook het oordeelsvermogen wordt aangetast. Als er seksuele activiteiten worden ondernomen in deze staat, is er een grotere kans op onveilige seks. In het onderzoek van Cabada *et al.* (2002) gaf bijna 70% van de ondervraagde *bricheros* toe dat zij ook alcohol op hadden alvorens seks te hebben en 30% hadden drugs gebruikt. Slechts 1/3<sup>e</sup> van alle ondervraagde Peruanen zei altijd een condoom te gebruiken bij seksuele activiteiten (Cabada *et al.*, 2002: 84).

Wanneer er seksuele activiteiten plaatsvinden, wordt er maar (zeer) weinig gebruik gemaakt van anticonceptiemiddelen zoals condooms. Dit heeft meerdere oorzaken, waarvan het gebrek aan seksuele voorlichting in Peru er een van is (Bauer, 2007, 2008, 2009a, 2009b; Cabada *et al.*, 2009). De conclusie die Bauer (2009b) trekt nadat ze zelf op zoek is gegaan naar Peruaanse seksuele voorlichting, is dat er zeer weinig tot geen seksuele voorlichting wordt gegeven door de ouders, de scholen of vanuit de staat. Er zijn weinig preventie campagnes, mede doordat deze worden geblokkeerd door de katholieke kerk (Bauer, 2007, 2008, 2009b). Het is moeilijk om aan folders te komen in het ziekenhuis, omdat deze opgesloten zitten in een kastje waar niemand de sleutel van leek te hebben. En de folders die ze uiteindelijk vond waren onaantrekkelijk en bevatte informatie die voornamelijk voor vrouwen zeer denigrerend was (Bauer, 2009b). De weinige kennis die er over seks en seksuele gezondheid is, leidt sneller tot tienerzwangerschappen, zelfmoord onder jonge ouders, alleenstaande moeders in armoedige woonsituaties, incest, veel straatkinderen en een zeer grote kans op het oplopen van soa's (Bauer, 2007, 2008, 2009b).

Maar ook de toeristen hebben hun aandeel in het lage condoomgebruik. Wanneer de toerist voor vertrek niet verwacht seks te hebben, neemt deze geen condooms mee. Onverstandig, omdat uit de onderzoeken van Bauer (2007, 2008, 2009a) blijkt dat het in Cuzco in de meeste gevallen gaat om spontane seksuele activiteiten en dus zijn de toeristen hier niet goed op voorbereid. Van de toeristen die wel goed zijn voorbereid, ondanks dat zij misschien niet rekenen op seks op vakantie, is het ook niet altijd zeker dat zij deze gebruiken als het erop aankomt. De geïnterviewde toeristen van Bauer (2007, 2008, 2009a) zeiden dat ze de condooms nog in de backpack of in de koffer hadden zitten of op waren en dat zij de seksuele activiteiten niet wilden onderbreken

Wanneer het gaat om een vrouwelijke toerist en een mannelijke Peruaan, hebben de vrouwen soms moeite om de Peruaan te overtuigen van het gebruik van een condoom. Het kan zijn dat ze er door het gebrek aan kennis over veilig vrijen er het nut niet van inzien, of vinden dat het zonder *más rico* (veel beter) is (Bauer, 2007:292). Condooms worden erg duur gevonden door de Peruanen. Als er alcohol is genuttigd of drugs is gebruik, werd de weerstand groter en probeerden sommigen seks te hebben zonder condoom (Bauer, 2007, 2009a).

Voor de mannelijke toeristen is het een stuk gemakkelijker om de Peruaanse vrouwen te overtuigen om condooms te gebruiken. Maar ook zij vergeten het zelf ook wel eens. De *bricheras* zijn een stuk angstiger voor het oplopen van soa's, specifiek HIV/AIDS. Van de andere soa's is er minder kennis. Zelf dragen de Peruaanse dames geen condooms bij zich en hebben deze ook niet in huis liggen. Dit heeft voornamelijk te maken met de reputatie die de *bricheras* hiermee kunnen krijgen (Bauer, 2008). Het wordt extreem gênant gevonden om zelf condooms te gaan kopen (Bauer, 2007: 292). Als de *brichera* de mannelijke toerist vraagt om het gebruik van condooms en deze heeft hij niet bij zich, is de *brichera* bang dat de toerist zal weggaan als zij zegt dat ze dan niet meer wilt. "Condoms jeopardize potential romance" (Bauer, 2008: 620).

Er zijn uiteraard ook toeristen en Peruanen die wél condooms gebruiken, maar deze zijn met ongeveer 25% in de minderheid (Cabada *et al.*, 2009). Als er condooms worden gebruikt en de relatie wordt serieuzer, dan wordt er redelijk snel mee gestopt. Of een relatie serieus wordt gevonden hangt niet af van de lengte van de relatie, want het



stoppen met condooms kan plaatsvinden na een paar weken maar ook na een paar maanden. De voornaamste reden dat er mee wordt gestopt is dat de relatie anders (beter) voelt dan eerdere relaties en dat het een blijk van vertrouwen is (Bauer, 2009a). Het stoppen met het gebruik van condooms brengt risico's met zich mee, omdat ze stoppen zonder dat ze zich hebben laten testen op soa's of andere seksueel overdraagbare ziektes (Bauer, 2009a: 355).

“The wish to declare a relationship genuine (for oneself if not for others), and the stubborn insistence on existing love seemed to lead to a rapid development of trust and intimacy, which either made it difficult to insist on condom use (Thomas, 2005) or created a perception of safety that did in no way match the existing risk for potential infection” (Bauer, 2008: 619).

De *brichero* ervaart het als positief dat de toeristen een andere levensstijl hebben ontwikkeld en een andere kijk op het leven hebben dan hij (Bauer, 2008). De westerlingen benaderen seks ook op een andere, volwassenere, manier volgens de Peruanen. Door het contact met de meestal hogeropgeleide toeristen, leren Peruaanse mannen dat het verstandig is om condooms te gebruiken en wordt dit vaker toegepast (Bauer, 2007:292). Dit hoeft niet het geval te zijn en gemiddeld 75% van de ondervraagden in (Cabada *et al.*, 2009) gebruikte niet regelmatig een condoom. Bijna 1/3<sup>e</sup> van de ondervraagden zei symptomen te hebben van een SOA (Cabada *et al.*, 2009).

De kennis over soa's die de Peruanen hebben limiteert zich tot AIDS. Maar ook hiervan zijn ze niet volledig op de hoogte, omdat er wordt gedacht dat dit alleen kan voorkomen bij “homosexuals and dirty people” (Bauer, 2008: 620). Tussen 1983 en 2005 waren er in Peru ook de meeste besmettingen van AIDS bij homoseksuele mannen, waardoor de preventie campagnes zich voornamelijk op deze doelgroep richtte (Bauer, 2008). De andere Peruanen hebben mede hierdoor maar een halve kennis hiervan en voelen zich te beschaamd om erover te praten of om er naar te vragen. Dit is een groot risico voor de gezondheid van de Peruanen. Zij hebben in kleine mate toegang tot de gezondheidszorg, omdat ze deze niet kunnen betalen of vanwege religieuze of culturele redenen, De toerist heeft over het algemeen wel de (economische) mogelijkheid om gebruik te maken van medische hulp (Bauer, 2007, 2009b).

## Conclusie

Deze scriptie trachtte een antwoord te vinden op de volgende onderzoeksvraag: Hoe beïnvloedt de toeristensector van Cuzco de identiteitsontwikkeling van de toerist en de *host*, en hoe verhouden deze identiteiten zich tot elkaar? De hypothese hiervan is dat toerisme weinig invloed heeft op de identiteitsontwikkeling van de toerist, maar wel op de identiteitsontwikkeling van de *host*. De toerist beïnvloedt de identiteit van de *host* en deze is hierdoor inferieur aan de toerist.

Om antwoord te kunnen geven op deze vraag, is er gekeken naar toerisme en hoe deze zich door de jaren heen heeft ontwikkeld. Sinds de *Grand Tour* (de eerste toeristische onderneming) is er veel veranderd, met name wat betreft de onderkomens van de toeristen. Tijdens de *Grand Tour* maakten de toeristen gebruik van de al aanwezige faciliteiten. De toename van de middenklasse veranderde dit, omdat er speciale onderkomens (hotels) voor de groter wordende groep toeristen werd gebouwd. De toeristische locaties gingen inspelen op de behoefte van de toerist.

Hoewel er door de eeuwen heen steeds meer mensen in staat zijn gesteld om een toeristische reis te ondernemen, is dit in de 21<sup>e</sup> eeuw nog steeds een relatief kleine groep. Dit heeft te maken met het feit dat bij de rest van de bevolking in ieder geval één van de voorwaarden waaraan moet worden voldaan ontbreekt. Deze voorwaarden zijn: de toegang tot goede infrastructuur, het hebben van voldoende inkomen en het hebben van vrije tijd. Vooral mensen uit westerse landen zijn onderdeel van de kleine bevoorrechte groep.

Elke toerist heeft een andere reden om een toeristische reis te ondernemen. In deze scriptie is er vooral gekeken naar de (psychologische) redenen van de 'vlucht van iets' en de 'zoektocht naar iets'. De toerist kan vluchten van de dagelijkse beslommingen, zoals werk, en de sociale controle van vrienden, familie en de maatschappij. Toerisme geeft de vrijheid om zelf te kiezen hoe iemand zijn of haar tijd indeelt en hoe hij of zij zich gedraagt. Deze vrijheid zorgt ervoor dat mensen zich veel sneller op een manier gaan gedragen die in de normale thuissituatie onacceptabel zou worden gevonden. Het sekstoerisme is hier een voorbeeld van.

De tweede reden, de 'zoektocht naar iets', heeft meer te maken met de identiteit van de toerist. De zelfontplooiing door bijzondere en levens veranderende ervaringen op reis zorgen ervoor dat de identiteit van de toerist veranderd. Peru profileert zichzelf als een bestemming waar deze zelfontplooiing kan plaatsvinden aan de hand van het mystieke toerisme.

De moderne maatschappij is een gefragmenteerde samenleving en het individu wordt belangrijker gevonden dan de gemeenschap. Toeristen zoeken weer naar het collectieve in de landen waar de moderniteit volgens hen nog niet is doorgedrongen, zoals de derdewereldlanden. Ze proberen door middel van het toerisme weer in contact te komen met de traditionele en authentieke wereld en doen dit door te kijken naar de Ander. *Totems* wijzen aan waar het traditionele is en welke plekken je gezien 'moet'

hebben. Dit draagt bij aan het collectieve gevoel in de moderne wereld, omdat de bezoekers van dezelfde totems hun ervaringen met elkaar kunnen delen en zo de band kan worden versterkt.

De traditionele en authentieke wereld die de toerist ziet is niet de realiteit van de lokale bevolking. Doordat de lokale bewoners weten wat de toeristen willen zien, profileren zij zich als zodanig. Het is een vorm van marketing waarbij een gecreëerde authentieke identiteit het meeste oplevert voor de *host*. Omdat een persoon meerdere identiteiten kan bezitten, hoort deze gecreëerde identiteit ook bij de persoon. Op deze manier is de gecreëerde identiteit toch ook onderdeel van de realiteit.

De toeristen oefenen indirect invloed uit op de identiteit van de *host*, doordat de *host* voor het plezier van de toerist een andere identiteit aanneemt of zijn identiteit verandert. De *host* heeft niet veel keuze, omdat dit de beste manier is om de economische positie te verbeteren. Dit kan ervoor zorgen dat de culturele identiteit en de cultuur van het bestemmingsland zijn betekenis verliest.

De *host* heeft wel een keuze in wat hij of zij aan de toerist laat zien en heeft op die manier weer indirect invloed op de toerist. Dit zou juist betekenen dat de cultuur en de culturele identiteit betekenisvoller kunnen worden, omdat er onderdelen van de cultuur zijn die anders in de vergetelheid zouden raken. Het zorgt voor een opleving van oude tradities waardoor de cultuur in stand wordt gehouden.

De vondst van het Inka bouwwerk de Machu Picchu in 1911 in Peru heeft bijgedragen aan de opleving van het incanisme en de toeristensector in dit land. Peru dankt zijn imago als mystieke locatie mede aan de Inca's en gebruikt dit imago ook in het toeristische promotiemateriaal. Inmiddels komen er elk jaar meer dan 2,5 miljoen toeristen naar Peru, waarvan een groot deel op zoek is naar de Inca's in Cuzco.

Het neoliberale beleid van Peru dat gevoerd werd aan het eind van de 20<sup>e</sup> eeuw maakte gebruik van het toerisme als weg naar de moderniteit. Er kwamen meer investeringen en de economische situatie verbeterde zich. Helaas niet voor iedereen. Het geld kwam, en komt, voornamelijk terecht bij de multinationals en de elite. De lokale bevolking profiteert weinig van het vele geld dat omgaat in de toeristensector van Cuzco en door discriminatie van de armere en meestal inheemse bevolking hebben zij weinig kansen om hun economische positie te verbeteren.

De *bricheros/as* hebben een eigen manier gevonden om te kunnen profiteren van toerisme. Aan de hand van een *performance* van het incanisme, weten zij de toeristen te verleiden en te veroveren. De relaties die zij met de toeristen aangaan kunnen van korte en langere duur zijn. Dit kan variëren van seksuele relaties tot relaties van emotionele aard. De relaties zijn gebaseerd op persoonlijke winst voor de *brichero/a* in de vorm van seks, materiele goederen en geld. De *brichero/a* heeft hierdoor een informele baan en een manier van overleven voor zichzelf gecreëerd.

Zowel de *brichero/a* als de toerist maken gebruik van de (aanwezigheid) van de ander. Bij de *brichero/a* is er naast de materiele winst ook immateriële winst. De relatie met de toerist draagt bij aan het zelfvertrouwen van de *brichero/a* en de relatie kan ook bijdragen aan een hogere sociale status. Ook leert hij/zij veel over de westerse

levensstijl en ideeën van de toerist en door zichzelf bij te scholen. De kennis die de toeristen meebrengen over seksualiteit en seksuele gezondheid draagt bij aan een bewuster omgaan met seksualiteit en het gebruik van condooms. De opgedane kennis kan worden toegepast op de volgende verovering en zal in kleine mate kunnen bijdragen aan de verspreiding van minder soa's.

De toeristen maken op hun beurt gebruik van de *brichero/a*, door seks met ze te hebben en zich met hen te vermaken. Bij de langere termijn toeristen die zich eenzaam en alleen voelen, wordt het gezelschap en de intimiteit met de *brichero/a* gewaardeerd. En hoewel er ook soms harten worden gebroken en geliefdes worden achtergelaten, lijkt het bij het *bricherismo* om een win-win situatie te gaan waar de meerderheid van beide partijen blij mee zijn.

De hypothese van de onderzoeksvraag was dat toerisme weinig invloed heeft op de identiteitsontwikkeling van de toerist, maar wel op de identiteitsontwikkeling van de *host*. En dat de toerist de identiteit van de *host* beïnvloedt en dat deze hiermee de ondergeschikte is. De onderzoeksvraag was: Hoe beïnvloedt de toeristensector van Cuzco de identiteitsontwikkeling van de toerist en de *host*, en hoe verhouden deze identiteiten zich tot elkaar?

Het onderzoek van deze scriptie heeft aangetoond dat toerisme invloed heeft op de identiteitsontwikkeling van zowel de toerist als van de *host*. In het geval van Peru was het duidelijk dat beide partijen een verandering in identiteit ondergingen, waarbij dat wel duidelijker naar voren kwam voor de Peruaan(se) dan voor de toerist.

De toeristen zoeken naar de eigen identiteit en de collectieve identiteit. Ze vinden zichzelf door om te gaan met de Peruanen in Cuzco en zich te vergelijken met hen. De Machu Picchu is de *totem* der *totems* en een bezoek aan dit bouwwerk zorgt ervoor dat er een collectieve ervaring kan worden gedeeld in de moderne maatschappij. Dit draagt bij aan de collectieve identiteit. De toerist beïnvloedt op indirecte wijze de identiteit van de *host*, maar wordt zelf ook door de *host* beïnvloedt en krijgt de levens veranderende ervaring waar de toerist op hoopte.

De Peruaanse staat en de Peruaanse bevolking spiegelen de verwachtingen van de toeristen naar hen terug. Een aantal Peruanen gebruiken hiervoor een gecreëerde identiteit in hun werk in de toeristensector. Dit is de *brichero/a*. Zij hebben een manier gevonden om te kunnen profiteren van de Cuzqueense toeristensector. Dit maakt de Peruaan niet inferieur aan de toerist, omdat hij of zij degene is die uiteindelijk bepaalt wat de toerist te zien krijgt. De 'macht' ligt wat dit betreft in de handen van de Peruaanse bevolking. Maar de economische 'macht' ligt bij de toerist. Zolang de economische- en politieke situatie voor de inheemse bevolking niet verbetert, zal het *bricherismo* vermoedelijk een manier blijven om de economische overlevingskansen te vergroten.

Een aanbeveling zou zijn om meer veldonderzoek te doen naar de manier waarop de identiteit van de toerist verandert, omdat hier nog maar weinig over bekend is. Het zou daarnaast interessant kunnen zijn om de relaties van toeristen en *bricheros* voor langere tijd te onderzoeken om te kijken hoe deze zich in de tijd ontwikkelen. Ook zal er dan meer bekend zijn of deze relaties slagen en of de *brichero/a* het ultieme doel van een vlucht naar het buitenland heeft behaald.

## Bibliografie

- Alanes Orellana, G. & Villanueva de Picht, A. (1998). Identidad étnica y conflictos interétnicos en la vida cotidiana: análisis de cuentos aymaras orureños. *Anthropologica*, 16(16), 111-129.
- Arellano, A. (2011). Tourism in Poor Regions and Social Inclusion: The Porters of the Inca Trail to Machu Picchu. *World Leisure Journal*, 53(2), 104-118.
- Ayikoru, M., Tribe, J. & Airey, D. (2009). Reading Tourism Education: Neoliberalism Unveiled. *Annals of Tourism Research*, 36(2), 191-221.
- Barr, R. R. (2003). The Persistence of Neopopulism in Peru? From Fujimori to Toledo. *Third World Quarterly*, 24(6), 1161-1178.
- Bauer, I. (2007). Understanding Sexual Relationships between Tourists and Locals in Cuzco/Peru. *Travel Medicine and Infectious Disease*, 5, 287-294.
- Bauer, I. (2008). 'They don't just come for Machu Picchu': locals' views of tourist-local sexual relationships in Cuzco, Peru. *Culture, Health & Sexuality*, 10(6), 611-624.
- Bauer, I. (2009). Relationships between Female Tourists and Male Locals in Cuzco/Peru: Implications for Travel Health Education. *Travel Medicine and Infectious Disease*, 7, 350-358.
- Bauer, I. (2009). Sex Education for Local Tourism/Hospitality Employees: Addressing a Local Health Need. *Travel Medicine and Infectious Disease*, 7, 371-374.
- Belknap, D. F. & Sandweiss, D. H. (2014). Effects on the Spanish Conquest on Coastal Change in Northwestern Peru. *PNAS*, 111(22), 7986-7989.
- Bornewasser, M. & Bober, J. (1987). Individual, Social Group and Intergroup Behaviour: Some Conceptual Remarks on the Social Identity Theory. *European Journal of Social Psychology*, 17, 267-276.
- Bruner, E. M. (1991). Transformation of Self in Tourism. *Annals of Tourism Research*, 18, 238-250.
- Cabada, M. M., Echevarria, J. I., Seas, C. & Gotuzzo, E. (2009). High Prevalence of Sexually Transmitted Infections Among Young Peruvians Who Have Sexual Intercourse With Foreign Travelers in Cuzco. *Journal of Travel Medicine*, 16(5), 299-303.
- Cabada, M. M., Montoya, M., Echevarria, J. I., Verdonck, K., Seas, C. & Gotuzzo, E. (2003). Sexual Behavior in Travelers Visiting Cuzco. *Journal of Travel Medicine*, 10, 214-218.

- Cabada, M., Montoya, M., Echevarría, J. & Gotuzzo, E. (2002). Conductas de riesgo en jóvenes que tienen contacto sexual con viajeros ("bricheros") en la ciudad del Cuzco - Perú. *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública*, 19(2), 83-86.
- Casado, M. A. (1998). Peru's Tourism Industry: Growth, Setbacks, Threats. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 68-73.
- Churampi Ramírez, A. (2008). El Brichero un "andean lover" made in Peru. *Siete Culebras Revista Cultural Andina*, 1-12.
- Clancy, M. J. (1999). Tourism and Development: Evidence from Mexico. *Annals of Tourism Research*, 26(1), 1-20.
- Cohn, D. (2002). La construcción de la identidad cultural en México: Nacionalismo, cosmopolitismo e infraestructura intelectual, 1945-1968. *Foro Hispánico*, 22(1), 89-103.
- Desforges, L. (2000a). State Tourism Institutions and Neo-Liberal Development: A Case Study of Peru. *Tourism Geographies*, 2(2), 177-192.
- Desforges, L. (2000b). Traveling the World: Identity and Travel Biography. *Annals of Tourism Research*, 27(4), 926-945.
- Drinot, P. (2011). The Meaning of Alan García: Sovereignty and Governmentality in Neoliberal Peru. *Journal of Latin American Cultural Studies: Travesía*, 20(2), 179-195.
- Encyclo.nl Nederlandse Encyclopedie. (sd). Opgeroepen op 2014, van <http://www.encyclo.nl/>
- Espinosa, A., Calderón-Prada, A., Burga, G. & Güímac, J. (2007). Estereotipos, prejuicios y exclusión social en un país multiétnico: el caso peruano. *Revista de Psicología*, 25(2), 295-338.
- Fiske, S. T. (2000). Stereotyping, Prejudice, and Discrimination at the Seam Between the Centuries: Evolution, Culture, Mind, and Brain. *European Journal of Social Psychology*, 30, 299-322.
- Galani-Moutafi, V. (2000). The Self and the Other: Traveler, Ethnographer, Tourist. *Annals of Tourism Research*, 27(1), 203-224.
- GGD Nederland. (sd). Opgeroepen op 2014, van [www.ggd.nl](http://www.ggd.nl)
- Higgins-Desbiolles, F. (2006). More than an "Industry": The Forgotten Power of Tourism as a Social Force. *Tourism Management*, 27, 1192-1208.

- Hill, M. D. (2007). Contesting Patrimony: Cusco's Mystical Tourist Industry and the Politics of Incanismo. *Ethnos*, 72(4), 433-460.
- Hill, M. D. (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.
- Juif, D.-T. & Baten, J. (2013). On the Human Capital of Inca Indios Before and After the Spanish Conquest: Was there a 'Pre-Colonial Legacy'? *Explorations in Economic History*, 50, 227-241.
- Lee, R. L. (2010). Putting a Face on Free-Market Economics: The Politicisation of Race and Ethnicity in Peru. *Race & Class*, 51(3), 47-58.
- Leipner, N. (1979). The Framework of Tourism: Towards a Definition of Tourism, Tourist and the Tourist Industry. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 390-407.
- Lingán, J. & Manrique, A. (2003). El fenómeno "brichero", un acercamiento etnográfico. *Debates en Sociología*, 28, 175-192.
- MacCannell, D. (1973). Staged Authenticity: Arrangement of Social Space in Tourist Settings. *American Journal of Sociology*, 79(3), 589-603.
- Madrid, R. L. (2011). Ethnic Proximity and Ethnic Voting in Peru. *Journal of Latin American Studies*, 43, 267-297.
- Nederlandse Ambassade in Peru (2014). *Achtergronden Peru: basisgegevens*. (sd). Opgeroepen op 2014, peru.nlabassade.org
- Pérez-Rodríguez, I. L. (2012). Identidad nacional y sentidos de los jóvenes sobre su nación. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 10(2), 871-882.
- Prom Perú (2014). *Investigación de Mercado Turístico*. (sd). Opgeroepen op 2014, <http://www.promperu.gob.pe/>
- Ribotta, B. (2010). Diagnóstico Sociodemográfico de los Pueblos Indígenas de Perú. Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) - Fundación Ford.
- Rottenbacher, J. M., & Espinosa, A. (2010). Identidad nacional y memoria histórica colectiva en el Perú: un estudio exploratorio. *Revista de Psicología*, 28(1), 147-174.
- Silverman, H. (2002). Touring Ancient Times: The Present and Presented Past in Contemporary Peru. *American Anthropologist*, 104(3), 881-902.

- Smith, V. L. (1996). Indigenous Tourism: The Four Hs. In R. Butler, *Tourism and Indigenous Peoples* (pp. 283-307). Londen: International Thomson Business Press.
- Stangor, C. (2000). *Stereotypes and Prejudice: essential readings*. Philadelphia: Psychology Press.
- Stronza, A. (2001). Anthropology of Tourism: Forging New Ground for Ecotourism and Other Alternatives. *Annual Review of Anthropology*, 30, 261-283.
- Tafjel, H. (1982). *Social identity and intergroup relations*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Towner, J. (1985). The Grand Tour: A Key Phase in the History of Tourism. *Annals of Tourism Research*, 12, 297-333.
- United Nations of Human Rights: Office of the High Commissioner for Human Rights. (sd). Opgeroepen op 2014, van <http://www.ohchr.org/>
- Van Dale Woordenboek*. (sd). Opgeroepen op 2014, van [www.vandale.nl](http://www.vandale.nl)
- Van den Berghe, P. L., & Flores Ochoa, J. (2000). Tourism and Nativistic Ideology in Cuzco, Peru. *Annals of Tourism Research*, 27(1), 7-26.
- Vich, V. (2007). La nación en venta: bricheros, turismo y mercado en el Perú contemporáneo. In A. Grimson, *Cultura y Neoliberalismo* (pp. 159-168). Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- Williams, J. S. & Murhpy, M. S. (2013). Living and Dying as Subjects of the Inca Empire: Adult Diet and Health at Puruchuco-Huaquerones, Peru. *Journal of Anthropological Archeology*, 32, 165-179.
- World Tourism Organization UNWTO. (sd). Opgeroepen op 2014, van <http://www2.unwto.org/>