



## UvA-DARE (Digital Academic Repository)

### Het PISAQ Theater: Presentaties en beleving van "authentieke" Andes cultuur in toeristisch Peru

Simon, B.A.

**Publication date**  
2008

[Link to publication](#)

#### **Citation for published version (APA):**

Simon, B. A. (2008). *Het PISAQ Theater: Presentaties en beleving van "authentieke" Andes cultuur in toeristisch Peru*. [, Universiteit van Amsterdam].

#### **General rights**

It is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), other than for strictly personal, individual use, unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

#### **Disclaimer/Complaints regulations**

If you believe that digital publication of certain material infringes any of your rights or (privacy) interests, please let the Library know, stating your reasons. In case of a legitimate complaint, the Library will make the material inaccessible and/or remove it from the website. Please Ask the Library: <https://uba.uva.nl/en/contact>, or a letter to: Library of the University of Amsterdam, Secretariat, Singel 425, 1012 WP Amsterdam, The Netherlands. You will be contacted as soon as possible.

# HOOFDSTUK 1

## DE TOERISME-BUBBLE: ONTMOETINGEN, ONTWIKKELINGEN EN IDEEËN

### INLEIDING

Volgens de World Tourism Organisation (WTO) is de groei van toerisme een van de meest opmerkelijke economische en sociale verschijnselen van de afgelopen eeuw.<sup>1</sup> Zo is het aantal internationale aankomsten toegenomen van 25 miljoen in 1950, tot een geschatte 763 miljoen in 2004. Dit betekent dat het aantal reizigers gemiddeld jaarlijks met 6½ procent is gestegen. In 2006 telde de WTO een wereldwijd toeristenaantal van 842 miljoen, opnieuw een recordjaar. Toerisme is op dit moment een van de belangrijkste en bovendien snelst groeiende industrieën ter wereld. Europa en Noord- en Zuid-Amerika ontvingen tussen 1950 en 2000 de meeste toeristen. Volgens cijfers van de WTO nam het aantal internationale toeristen in Noord- en Zuid-Amerika toe van 7 ½ miljoen in 1950 tot 113 miljoen in 2003. De WTO voorspelt bovendien dat het aantal internationale aankomsten in 2020 de 1,56 miljard zal overstijgen. Zij voorziet dat in de toekomst Europa en de beide Amerika's nog steeds de belangrijkste bestemmingen zullen zijn maar dat andere werelddelen, zoals Afrika, het Midden Oosten, Zuid-Azië en Oost-Azië en het gebied rond de Grote Oceaan (Pacific) meer toeristen zullen ontvangen en hogere opbrengsten zullen krijgen. Volgens de WTO zou de wereld op een "holistische wijze" moeten beantwoorden aan de twee belangrijkste uitdagingen van deze tijd: het tegengaan van de klimaatverandering en het bestrijden van armoede. De toeristische sector zou hier een effectieve bijdrage aan kunnen leveren en de WTO kent de sector een sleutelrol toe voor het bewerkstelligen van duurzame ontwikkeling.<sup>2</sup>

Toerisme neemt dus een hele belangrijke plaats in de wereld in. Er is in de loop der tijd vreselijk veel over het onderwerp gediscussieerd en geschreven vanuit verschillende oogpunten en disciplines. Veel nationale overheden en organisaties wereldwijd pleiten voor een groei van de industrie en veel wetenschappers hebben het hoofd gebogen over mogelijke effecten van de opkomst en de groei van het toerisme. De grootste effecten van toerisme vinden echter plaats op de plaatsen waar toeristen worden ontvangen, op het lokale niveau. Juist aan deze lokale niveaus wordt over het algemeen weinig aandacht besteed. Dit betekent echter niet dat wat er op macro-niveau wordt gedacht en besloten onbelangrijk is, integendeel. Om de ontwikkelingen op microniveaus te begrijpen is het zeer belangrijk om een beeld te hebben van wat er op hogere niveaus gedacht en besloten wordt. Bovendien is de geschiedenis van het denken over het thema toerisme in de wereld, en ook in de wetenschap, erg belangrijk als we de huidige situatie op zowel de macro als de microniveaus willen begrijpen. In dit eerste hoofdstuk geef ik daarom een overzicht van de opkomst en groei van het toerisme en de opkomst en groei van het wetenschappelijk schrijven over het onderwerp. Eerst zal ik kort uiteenzetten wat toerisme inhoudt en ingaan op de verschillende soorten toeristen welke onderscheiden kunnen worden. Daarna zal ik een samenvatting geven van de mogelijke positieve en negatieve effecten die in het wetenschappelijk schrijven naar voren zijn gekomen. Er is vooral veel geschreven over toerisme in de Derde Wereld en met name de negatieve effecten worden in de literatuur onderbouwd.

---

<sup>1</sup> World Tourism Organization. Deze organisatie had alle cijfers en ontwikkelingen bij van toerisme wereldwijd. De meeste WTO data die ik gebruik zijn afkomstig van hun website: [www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org).

<sup>2</sup> [www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org).

De rest van het hoofdstuk geeft een overzicht van thema's die in het antropologische denken en schrijven maar ook in de andere sociale wetenschappen over toerisme voortdurend naar voren komen en grotendeels ook een significante rol spelen in mijn werk. Hoewel het volgens verschillende auteurs opmerkelijk is dat er in de culturele antropologie vrij laat over toerisme wordt geschreven, is er toch het nodige over verschenen. In het tweede deel ga ik in op de meest belangrijke thema's die in de loop der tijd zijn besproken zoals neokolonialisme, mondialisering, demonstratie-effecten en authenticiteit. Vervolgens neemt het hoofdstuk een wending richting cultuur en culturele antropologie en wordt ingegaan op de vraag waarom men in de antropologie zo laat begon met het bestuderen van de sector. Ten slotte wordt ingegaan op "nieuwe" visies op de toerisme-industrie en ga ik in op de term duurzaamheid, die net als in zoveel sectoren, ook in de toerisme-industrie bijna een modewoord is geworden. De ideeën die in dit hoofdstuk zijn beschreven vormen de achtergrond van het PISAQ Theater en de termen die hier geïntroduceerd worden hebben dagelijks invloed op hoe mensen zich op het lokale niveau frontstage aan toeristen presenteren en backstage *in the mind* betekenis krijgen.

### 1.1. TOERISME IN DE WERELD

Diverse auteurs hebben verbanden gelegd tussen ontdekkingsreizen, pelgrimstochten en toerisme (Graburn 1978, Getino 2002: 33-41, MacCannell 1976, Nash 1981). Toerisme werd echter pas echt belangrijk na de Tweede Wereldoorlog toen in veel westerse landen de welvaart groeide en mensen er meer vrije tijd kregen. Bovendien werd het vanwege technologische ontwikkelingen steeds goedkoper om te reizen en werd reizen toegankelijk voor de "massa". Al vanaf de jaren zeventig werd toerisme als een sector gezien die tot ontwikkeling zou kunnen leiden. In 1976 vond er in Washington een seminar plaats dat door de UNESCO en de Wereldbank werd georganiseerd met als centrale vraag of toerisme een paspoort voor ontwikkeling zou kunnen zijn (Getino 2002: 19-20, De Kadt 1979).<sup>3</sup> Er zijn in de loop der tijd verschillende definities bedacht over wat toerisme is en wat een toerist is. Burns geeft in zijn boek *An Introduction to Tourism and Anthropology* een overzicht van de beschrijvingen en definities van toerisme die verschillende auteurs geformuleerd hebben (Burns 1999: 30-31). Deze lopen sterk uiteen en zijn beïnvloed door de verschillende achtergronden en theoretische stromingen waartoe de genoemde auteurs behoren. Burns stelt voor om toerisme als een industrie te beschouwen of als een stel van onderling verbonden industrieën, maar ook als een complexe set van sociale fenomenen. Om toerisme te begrijpen kan het fenomeen volgens hem het beste benaderd worden als een systeem of als een samenstel van subsystemen. Dit dwingt ons ertoe om toerisme te zien als verbonden met samenlevingen en als een cultureel proces en niet slechts als een economisch proces, zoals in eerste instantie vaak werd gedacht (Burns 1999: 35-36). Dit is ook hoe ik toerisme zie; als een complex systeem met zowel economische als culturele processen waar zowel mondiale als lokale factoren en samenlevingen bepalen hoe de industrie eruitziet.

Zoals er verschillende definities van toerisme bestaan, zijn er ook vele definities te bedenken voor de "toerist". De meest neutrale en algemene definitie vind ik de definitie van Van Egmond die een toerist beschrijft als "een bezoeker die voor zijn plezier, voor bedevaart of om studie- of gezondheidsredenen tenminste een nacht en niet langer dan een jaar in het bezochte land blijft" (Van Egmond 1993: 18). Dit is echter een zeer brede definitie en het zegt weinig over de verschillende soorten toeristen die bestaan. In 1972 maakte Cohen al een typologie van verschillende toeristen gebaseerd op de veronderstelling dat de ervaringen van toeristen verschillende gradaties van nieuwheid combineren met een element van het bekende. Toeristen zouden op zoek zijn naar een soort opwinding die uit verandering voortkomt, gecombineerd met de veiligheid van bepaalde gewoontes (Cohen 1972: 167, Mathieson & Wall 1982: 19). Na Cohen zijn er veel onderzoekers geweest die toeristen volgens zijn indeling hebben benoemd, echter wel met de nodige punten van commentaar. Er kan een indeling worden gemaakt naar soorten toeristen die op zoek zijn naar verschillende zaken en daardoor op een andere manier toerist zijn. Wat de meeste toeristen gemeen hebben is de behoefte aan een *environmental bubble*. Dit is als het wa-

---

<sup>3</sup> Professor De Kadt is een van de eerste wetenschappers die een werk schreef over de mogelijke neven-effecten van de toerisme-industrie. Zijn boek *Tourism, Passport to Development?* vormt een interessant werk en veel auteurs bouwen voort op zijn ideeën, ondanks de kritische noten die werden geleverd.

re een luchtbel met de geur en kleur van het vertrouwde waarin veel toeristen zich verplaatsen. De voorzieningen op de toeristische bestemming moet iets vertrouwds hebben. De typologie van toeristen van Cohen is gebaseerd op de mate waarin toeristen hun environmental bubble verlaten (Van den Berghe 1993: 25-30). De eerste categorie toeristen zijn de massatoeristen, die zoveel mogelijk in hun environmental bubble blijven zitten. Ze maken georganiseerde reizen, vooral naar strandlocaties met een hoog voorzieningenniveau. Na dit type toerist komen de individuele massa toerist, de georganiseerde trekker, de individuele trekker en ten slotte de pionier die op zoek gaat naar nieuwe wegen en culturen en al het vertrouwde achter zich laat (Cohen 1972: 166-169). De laatstgenoemde typering ligt dicht bij de typering “etnische toerist”. Volgens Van den Berghe is de etnische toerist iemand die actief zoekt naar het etnische en exotische in een onbedorven, onaangeraakt en meest authentieke vorm (Van de Berghe 1993: 9). In latere hoofdstukken zullen we zien dat de meeste toeristen die naar het Andes gebied afreizen, in de richting van Cuzco, vooral binnen deze laatstgenoemde categorie passen. Behalve deze genoemde, zijn er ook indelingen gemaakt die uitgaan van het doel van de reis zoals bijvoorbeeld recreatietoerisme, cultureel toerisme, gezondheidstoerisme, conferentietoerisme et cetera (Burns 1999: 45). Hier kan aan worden toegevoegd dat toeristen ook weer kunnen worden ingedeeld in buitenlandse en binnenlandse toeristen, en deze laatste groep kan ook weer verschillende functies en effecten hebben; zo zijn er “excursionisten” of dagjesmensen maar ook zakenmensen, die verschillende invloeden op een gebied hebben (Lumsdon & Swift 2001: 21).

Volgens Van Beek verschaft de bubble niet alleen comfort in de wildernis maar filtert en produceert de bubble informatie over de andere partij in de ontmoeting. Dit betreft informatie over wat interessant en authentiek zou zijn, wat de beste plaatsen, attracties en activiteiten zijn en verschaft een totaal onbetwistbaar beeld van de Ander, zowel voor de gasten als voor diegenen die toeristen ontvangen (Van Beek 2003: 255). De bubble zorgt in combinatie met een van tevoren vastgesteld imago van een gebied tussen beide partijen ervoor dat de schok van de ontmoeting (*encounter*) afzwakt. Van Beek constateert met voorbeelden uit een Afrikaanse context dat de aanwezigheid van de toerist geen directe impact op de samenleving van een gebied heeft maar indirect, via de culturele onderhandelingen van een aparte infrastructuur en een set gefixeerde beelden van de Ander. De meeste impact blijft volgens hem oppervlakkig en wordt door beide partijen op hun eigen voorwaarden gereproduceerd (Van Beek 2003: 285). Crick benadrukt dat het in toerisme studies belangrijk is om te beseffen dat de regels over toeristische *encounters* per cultuur verschillen. Niet alleen kunnen verschillende soorten toeristen verschillend behandeld worden, wat logisch is omdat verschillende typen toeristen een cultuur op verschillende manieren beïnvloeden, maar verschillende klassen binnen een *host* cultuur behandelen toeristen ook weer volgens verschillende standaarden (Crick 1989: 331). Crick schrijft dat er te veel definities en typologieën zijn van de toerist en dat vanwege de verschillende definities op het statistische niveau ook veel variatie bestaat waardoor ook kwantitatieve data over toerisme niet altijd betrouwbaar zijn. Vanuit de sociale wetenschappen constateert hij dat de verschillende definities van typologieën die hierboven genoemd zijn ook niet echt bruikbaar zijn omdat er gewoonweg te veel variatie te vinden is. (Crick 1989: 212-213). Burns zet dit punt nog wat sterker aan en schrijft dat typologieën van toerisme lijken vol te staan met stereotypingen die simplistisch zijn en weinig hulp bieden in het analyseren van het gedrag van toeristen en motivaties (Crick 1999: 47 en 51).

Het is belangrijk om in te zien dat er niet één passende definitie is en dat het bij studies binnen, of naar, een toerisme context belangrijk is informatie in te winnen over de omstandigheden. Het is overigens interessant dat toeristen zelf zich meestal liever niet als zodanig benoemen. Veel toeristen vinden de term “toerist” een negatieve connotatie hebben en veel mensen beschrijven zichzelf liever als “bezoeker” of “reiziger” (Crawshaw & Urry 1997: 178). Bovendien vinden zij andere toeristen doorgaans niet aardig en proberen ze deze te ontlopen in hun reizen (MacCannell 1976: 10). Zodra plaatsen “te toeristisch” worden, kan dit de presentatie van authenticiteit bedreigen zoals we later zullen zien. Mensen gaan als reactie hierop voortdurend op zoek naar nieuw “braakliggend” terrein.

Ook de manier waarop er tegen toerisme aangekeken kan worden, is in de loop der tijd veranderd. In veel literatuur over het toerisme wordt een tweedeling gemaakt tussen positieve en negatieve effecten van toerisme. Een positieve visie benadrukt doorgaans dat de industrie tot snelle economische ontwikkelingen kan leiden. In de jaren zestig werd toerisme vooral in termen

van economische ontwikkeling gezien en daarom vooral als positief bekeken (Crick 1989: 314). Bovendien zou deze economische ontwikkeling ertoe kunnen leiden dat machtsrelaties tussen verschillende klasse- en etnische groepen zouden kunnen transformeren. Toerisme zou het proces van acculturatie en assimilatie van marginale groepen bevorderen en zelfs tot een wedergeboorte van oorspronkelijke culturen leiden (Van den Berghe 1993: 14). Toerisme kan dus als een belangrijke bron van inkomsten fungeren maar verder kan door de aanwezigheid van toeristen en toeristisch beleid ook het culturele erfgoed in stand worden gehouden omdat belangrijke bouwwerken gerestaureerd en bewaard blijven. Bovendien zou het een schone industrie zijn, internationale investeringen stimuleren en werkgelegenheid verschaffen die arbeidsintensief is (Lumsdon & Swift 2001: 31-36). Volgens De Kadt zijn andere positieve punten van ontwikkeling van de toerisme-industrie dat ze migratie naar de, meestal overvolle steden remt omdat de lokale bevolking een nieuwe overlevingsmethode heeft gevonden en kan toerisme leiden tot een ontstaan of uitbreiding van een middenklasse waardoor de grote kloof tussen arme en rijke mensen kleiner zou worden (De Kadt 1979: 42, 48). Wat het toerisme voor veel overheden aantrekkelijk maakt is dat, vergeleken met andere sectoren, de vereiste financiële investering om toerisme te stimuleren minimaal is (Lumsdon & Swift 2001: 31).

Vanaf het einde van de jaren zestig begonnen auteurs steeds meer na te denken over mogelijke negatieve effecten van toerisme. Een van deze auteurs was O'Grady. Volgens hem doet toerisme valse hoop ontstaan in gedepriveerde gemeenschappen van de Derde Wereld omdat zij ervan worden overtuigd dat het toerisme goed is voor de werkgelegenheid en buitenlandse deviezen op kan leveren. Als toerisme eenmaal op gang komt echter, gaat het geld dat eigenlijk voor sociale projecten gebruikt zou moeten worden naar projecten om infrastructuur voor de toeristen aan te leggen en luxe hotels te bouwen. Daarmee gaat een toename naar de vraag van westers voedsel en andere consumptie artikelen gepaard waardoor prijzen op lokale markten omhoog gaan. De mensen die uiteindelijk van het toerisme profiteren zijn niet de arme bewoners, die vaak de toeristische attractie vormen, maar de rijke sturende elite (O'Grady 1981: 4-18). Een bijkomend negatief effect is dat veel deviezen terugvloeien naar het buitenland omdat zij in toeristencentra van ontwikkelingslanden geïnvesteerd hebben (van Egmond 1993: 48, de Kadt 1979). Turner en Ash schrijven dat veel geld het land van bestemming niet eens bereikt omdat bij "all-in deals" betaling van vliegtickets, accommodatie, voedsel en diensten van tevoren worden gemaakt (1975: 116). Bovendien kan toerisme ertoe leiden dat lokale en regionale economieën uit balans raken en de ongelijkheden tussen rurale en stedelijke zones verder kunnen toenemen (Lumsdon & Swift 2001: 191). Over de werkgelegenheid kan gezegd worden dat deze op het eerste gezicht wel toeneemt maar dat het type werk dat de lokale bevolking in de industrie kan doen vaak slecht betaald is en meestal seizoensgebonden. Bovendien blijken de best betaalde werknemers vooral buitenlanders te zijn. Een ander negatief aspect dat O'Grady noemt is de verandering van de lokale leefstijl en consumptiepatronen die onder invloed van toerisme kunnen ontstaan en een erosie van waarden en gewoontes veroorzaken, ook wel "demonstratie-effect" genoemd. Andere negatieve effecten van het toerisme zijn dat de industrie ongewenst activiteiten met zich meebrengt zoals prostitutie, gok- en drank verslaving, segregatie van bepaalde bevolkingsgroepen door de komst van hotels, aantasting van de nationale identiteit van het land en een concurrentie op faciliteiten die de lokale bevolking met toeristen moeten delen (dit laatste wordt *overcrowding* genoemd) (Theuns 1989: 104-109). Tenslotte kan toerisme een negatief effect hebben op het milieu (van Egmond 1993: 66).

## 1.2. TOERISME IN DE DERDE WERELD

Hoewel volgens de WTO Europa nog steeds jaarlijks de meeste toeristen ontvangt, is er een stijging te vinden in het aantal toeristen dat naar ontwikkelingslanden gaat. De meeste toeristen zijn uit Europa afkomstig. In 2002 vormden zij bijvoorbeeld 58 procent van het totaal aantal toeristen wereldwijd. De Verenigde Staten staan op de tweede plaats. Toerisme wordt op internationaal en nationale niveaus nog steeds gezien als een industrie die kan helpen in het bestrijden van armoede (Crick 1989: 310). Hoewel in de jaren zeventig een aantal auteurs al nadachten over mogelijke negatieve effecten van toerisme werd tot de jaren tachtig toch vooral de nadruk gelegd op de positieve bijdrage die toerisme voor de economie kon hebben. Pas vanaf de jaren tachtig begon men zich af te vragen wat de sociaalculturele invloed van toerisme zou zijn en er werden vraagtekens gezet bij de bijna mythologische status die de industrie had gekregen

(Lumsdon & Swift 2001: 191). Er werd opgemerkt dat toerisme de enorme kloof tussen de rijke landen en ontwikkelingslanden niet veel kleiner maakte. Getino merkt bijvoorbeeld op dat de positieve cijfers met betrekking tot toerisme en economische ontwikkelingen vooral een positieve uitwerking hebben op geïndustrialiseerde kapitalistische landen. De situatie in ontwikkelingslanden is volgens hem heel anders. Mensen in ontwikkelingslanden kunnen niet reizen en hebben niet zoals westerlingen voldoende vrije tijd of geld om te kunnen reizen. Sterker nog, deze mensen leven vaak in marginale situaties (Getino 2002: 10, 33). Het zijn dan ook vooral westerlingen die naar derdewereldlanden toegaan. Zo schrijven Lumsdon en Swift in hun boek over toerisme in Latijns-Amerika dat voor het grootste percentage van de bewoners van de meeste Latijns-Amerikaanse landen, toerisme “bedrijven” geen optie is in hun levens aangezien zij onder de bestaansminima leven. Volgens Mowforth en Munt gaan er de laatste jaren echter ook steeds meer mensen uit de rijke elite van ontwikkelingslanden op reis (Mowforth & Munt 1998: 4). Ook al brengen internationale (westerse) toeristen het meeste geld op, lokale mensen kunnen ook voor opbrengsten zorgen (Getino 2002: 235-240). Ik heb gemerkt dat, hoewel internationaal toerisme inderdaad een hele grote rol speelt, Peruanen zelf ook veel reizen, enerzijds gemotiveerd door het gedrag van toeristen en anderzijds om hun koopwaar, bestemd voor toeristen, te diversifiëren.

Voor veel ontwikkelingslanden is toerisme “big business” geworden (Mowforth & Munt 1998: 13). Het is echter de vraag of iedereen in deze landen van toerisme profiteert. Niet alleen zijn ontwikkelingslanden afhankelijk van vooral westerse landen voor het verschaffen van toeristen en diensten in hun eigen land maar ook binnen ontwikkelingslanden zijn er grote verschillen tussen mensen die wel en mensen die niet van het toerisme profiteren. Ook al bestaat het idee dat ontwikkelingslanden er economisch op vooruitgaan, in Latijns-Amerika bijvoorbeeld is de kloof tussen arm en rijk alleen maar toegenomen en voor veel arme mensen is de levensstandaard juist achteruit gegaan (Lumsdon & Swift: 219-220). Getino schrijft dat er een grote afhankelijkheid is tussen westerse en niet westerse landen en dat deze situatie zich binnen elk ontwikkelingsland afzonderlijk herhaalt. Er bestaan binnen ontwikkelingslanden vergelijkbare kloven, zowel op het gebied van sociale klassen (mensen met privileges en mensen die ervan buitengesloten zijn) als op het gebied van regionale verschillen (marginale gebieden en gebieden van groei) (Getino 2002: 225). Het grootste probleem voor ontwikkelingslanden is dat ze misschien wel een beleid hebben van “toerisme volgens hun bepalingen” maar dat de vraag meestal wordt aangestuurd door reisagentschappen en het hele industriële netwerk van imago-makers uit de rijke landen en dus niet door de ontwikkelingslanden (Crick 1989: 326).

Binnen het toerisme vindt er meestal een ontmoeting plaats tussen mensen die op reis zijn, in de literatuur *guests* genoemd en zij die de toeristen ontvangen, de *hosts* (o.a Smith 1978). Volgens Nash is er bij toerisme altijd sprake van een *cross-cultural encounter* en verschaffen de sociale transacties binnen deze ontmoeting een sleutel tot het antropologische begrijpen van toerisme. In haar simpelste vorm is een toeristische ontmoeting een serie transacties tussen gastheer en gast die afhankelijk van waar het toerisme plaatsvindt en hoe de beide partijen zich gedragen, verschillende uitwerkingen hebben. Externe invloeden kunnen echter ook vormgeven aan hoe toerisme plaatsvindt (Nash 1981: 462-463). Er is dus eigenlijk altijd wel sprake van veranderingen op lokale niveaus waar toeristen ontvangen worden. Contact tussen verschillende culturen zorgt nu eenmaal voor verandering. In haar boek *Imperial eyes, travel writing and transculturation* schrijft Mary Luise Pratt over reizen en het contact dat daarbij tussen verschillende culturen ontstaat. Ze introduceert de term *contact zone* en gebruikt deze term om te verwijzen naar de ruimte van koloniale ontmoetingen, een ruimte waar mensen die eigenlijk geografisch en historisch gezien gescheiden waren, met elkaar in contact komen en langdurige relaties scheppen. Dit gaat vaak gepaard met uiteenlopende belangen, radicale ongelijkheid en onhandelbare conflicten (Pratt 1992: 6). Een contact perspectief benadrukt dat

subjects are constituted in and by their relations to each other. It treats the relations among colonizers and colonized, or travelers and “travelees” not in terms of separateness or apartheid but in terms of co presence, interaction, interlocking understandings and practices, often within radically asymmetrical relations of power (Pratt 1992: 7).

De rest van het boek van Pratt gaat voornamelijk over contact zones in het, vooral koloniale, verleden maar het concept van contact zone kan gemakkelijk worden toegepast op toerisme en

in het bijzonder op toerisme naar ontwikkelingslanden. Eigenlijk kan elke toeristenlocatie als een contact zone gezien worden. Er is namelijk in hoofdzaak sprake van contact tussen mensen met verschillende nationaliteiten en achtergronden. Er wordt op uiteenlopende manieren contact gelegd met verschillende belangen en er is altijd sprake van ongelijke machtsverhoudingen. Deze aspecten zijn al zichtbaar bij toerisme in het Westen maar zijn extra zichtbaar als het toerisme in derdewereldlanden betreft. Er zijn zelfs auteurs die geloven dat toerisme een vorm van neokolonialisme is. Cohen schreef in 1972: dat: “the easy-going tourist of our era might well complete work of his predecessors, also travellers from the west- the conqueror and the colonist” (Cohen 1972: 182). Van den Berghe meent dat “de oorspronkelijke bevolking eerst ver weg werd gejaagd tijdens de koloniale periode om nu zogenaamd herontdekt te worden” (Van den Berghe 1993: 10).

Een groeiende toerisme-industrie leidt tot een toename van contactzones, een toename van spelers of actoren (acteurs) in deze zones en een toename van contact tussen hen, wat duidt op mondialisering. Toerisme kan door toenemende mondialisering worden gezien maar ook als een vorm van mondialisering. Mondialisering kan worden samengevat als het verbreden, verdiepen en versnellen van wereldwijde verbondenheid in alle aspecten van het hedendaagse sociale leven (Held, McCrew e.a 1999: 2). De wereld wordt steeds kleiner en lokale verschillen eroderen langzaam en worden opgenomen in een homogene massa of in één sociale orde. Hierdoor worden landen steeds meer afhankelijk van elkaar. Economische en sociale relaties verspreiden steeds sneller over de wereld en worden met elkaar verbonden wat een steeds diepere impact heeft (Mowforth & Munt 1998: 12). Lokalisering is een soort tegenreactie op globalisering waarbij mensen zich juist gaan afzetten tegen vormen van globalisering en extra vasthouden aan de eigen cultuur; culturele tradities worden extra gewaardeerd en worden juist steeds belangrijker in de globaliserende wereld. Juist omdat alles steeds meer hetzelfde wordt, gaat men de eigen nationaliteit, cultuur en identiteit (her)bevestigen. In verval geraakte gewoontes, talen en culturele uitingen worden extra belangrijk en worden nieuw leven ingeblazen. Hierbij vindt er vaak een transformatie plaats van traditionele vormen maar dit hoeft niet automatisch tot degeneratie te leiden (De Kadt 1979: 14-15). Een ander fenomeen is dat onder invloed van toerisme oude zang en dans, technieken, vaardigheden en traditionele kunsten in ere worden gehouden of hersteld. Hierdoor zou de lokale bevolking haar cultuur meer gaan koesteren. Dit draagt bij aan het culturele zelfbewustzijn van een bevolking en daardoor aan een versterking van de culturele identiteit van een gebied of land kan zorgen (Van Egmond & Ars 1997: 92-95). Wat vaak wordt afgekeurd is de commercialisering van de cultuur. Hiervan is sprake als er aanpassingen worden gemaakt aan de smaak van de toerist zodat de authenticiteit aangetast zou kunnen worden. Dit zou er zelfs toe kunnen leiden dat het toerisme afneemt omdat een gebied te commercieel is geworden. Dit wordt in de toerisme literatuur ook wel *commodification* genoemd.

Er is een onderscheid tussen economische, culturele en politieke globalisering. We zouden de globalisering kunnen beschouwen als een organiserend concept waarmee men de mate en invloed van globale verandering op deze drie gebieden kan bekijken. Op economisch gebied merken Mowforth en Munt op dat de toerisme-industrie in de loop der tijd enorm gegroeid is; het aantal vakantielanden is toegenomen en binnen deze landen worden steeds meer plekken toeristisch gebied. Verder bieden reisorganisaties steeds meer reizen aan naar bestemmingen die steeds verder weg zijn. Bovendien zijn toeristische plaatsen steeds sneller, makkelijker en goedkoper bereikbaar. Politieke globalisering is te duiden door de vestiging van transnationale toeristische organisaties en reisbureaus en de bemoeienis van transnationale en milieuorganisaties (Mowforth & Munt 1998). Culturele globalisering wordt gekenmerkt door culturele homogenisering (Mowforth & Munt 1998: 12-14). Burns noemt dit proces standaardisering. Volgens hem is er in de huidige globaliserende wereld een paradox te vinden in het toerisme en industrie: er is sprake van een standaardisering van cultuur die vooral veroorzaakt is door uitbreiding van internationale reisbureaus terwijl de klant steeds meer gedifferentieerde producten wil (Burns 1999: 129-133).

Er is met name geschreven over de effecten van globalisering en toerisme op de cultuur van een gebied. Volgens O’Grady veranderen door de komst van toerisme lokale leefstijlen en consumptiepatronen van de bezochte gebieden. Hij spreekt over het plaatsvinden van een erosie van waarden en gewoontes. Volgens hem zou toerisme slecht zijn voor een gebied omdat het ervoor zorgt dat de cultuur van een gebied niet verandert door de dynamiek van de samenleving maar

door het toerisme. Dit zou van buitenaf zijn opgelegd. Volgens Burns betekent een steeds verder toename van globalisering voor de toerisme-industrie dat er steeds meer macht komt te liggen bij grote toeristenorganisaties die heel goed in staat zijn om te variëren tussen vakantieproducten en locaties, afhankelijk van wat het meest opbrengt en op een bepaald moment het meest in trek is bij de consument. Hij constateert bij internationale reisorganisaties een voortdurend proces van zoeken naar ongerepte bestemmingen. Op die plaatsen wordt vervolgens van alles ontwikkeld waarmee wordt doorgedaan totdat het verzadigingspunt bereikt is met als resultaat dat de bestemming opgezaaid raakt met een afhankelijkheid van toerisme, met mensen die ervaren zijn binnen de toerisme-industrie en een infrastructuur die gericht is op buitenlands “spel” (Burns 1999: 127-128). Shaw en Williams schrijven dat het proces van mondialisering juist leidt tot een nog grotere afhankelijkheid van ontwikkelingslanden ten opzichte van Europa en Noord-Amerika (1994: 42). Ontwikkelingslanden zijn voor het grootste deel afhankelijk van Noord-Amerika en landen in West Europa. Volgens Franklin is toerisme een van de meest belangrijke maar ook meest genegeerde culturele processen van mondialisering en hij schrijft dat toerisme als een metafoor kan worden gezien voor de mondiale wereld waarin wij leven:

This is why I argue that the world has become more touristic or at the very least, that tourism has become a metaphor of the consumerist society most of us live in, which is inextricably connected to a world of flows of peoples and objects (Franklin 2003: 8).

Hij noemt toerisme een van de meest belangrijke activiteiten van de gemobiliseerde en moderne wereld (Franklin 2003: 18).

Een van de meest fundamentele veranderingen in de wereld, en ook in de toerisme-industrie is de opkomst en steeds snellere verbreiding van het Internet. Het Internet heeft ervoor gezorgd dat informatie over toeristische bestemmingen makkelijker toegankelijk is voor een steeds breder publiek. Meer en meer mensen zoeken informatie over andere landen en reismogelijkheden op het Internet op. Voor toeristische bestemmingen betekent het Internet dat zij snel, makkelijker en goedkoper kunnen adverteren vergeleken met vroeger. Het Internet is dus een effect van de toegenomen mondialisering en zorgt er ook voor dat de wereld nog meer met elkaar in contact is. Franklin schrijft bijvoorbeeld dat het tegenwoordig mogelijk is om als het ware naar plaatsen te gaan terwijl we thuis zitten. Zo schrijft hij:

We surf the net routinely whizzing about the world at fantastic speeds, and this does indeed cancel distance, but the point I like to make here is that we surf *like* tourists and the web is set up in a touristic way. Take the language of the web for a start. We ‘visit’ web ‘sites’. We wander around sites as the mood takes us, leisurely or erratically; sites provide us with ‘maps’ and when we arrive anywhere we are given ‘itineraries’, ‘menus’, ‘gateways’, ‘access’. It is a language of movement, ‘back’, ‘forward’, ‘go’, ‘stop’ and so on. There is also something touristic about the ways sites are constructed, they aim to attract us, make us linger, entertain us and of course sell us something. The web is our virtual world and it is just as we like it: constantly changing (Franklin 2003: 8).

Mensen reizen dus over het Internet zoals over de wereld, maar dan sneller.

Een veelbesproken effect van toerisme en globalisering is het zogenaamde “demonstratie-effect”. De Kadt omschreef demonstratie-effecten al in 1979, lang voor de komst van het Internet als “Changes in attitudes, values or behaviour which can result from merely watching tourists. The effect is most easily and frequently seen in the local patterns of consumption which change to imitate those of tourists” (De Kadt 1979: 65). De lokale bevolking van een toeristisch gebied wil door het observeren van toeristen hetzelfde doen en hebben als toeristen zoals dezelfde kleding, uit eten gaan, huizen die op hotels lijken en dergelijke. Het is belangrijk om te onderstrepen, dat de landen die toeristen ontvangen vaak een vertekend beeld hebben van toeristen omdat zij zich op vakantie anders zouden gedragen dan thuis: Toeristen geven meer geld uit dan normaal, gaan vaker uit eten, kopen meer producten et cetera (De Kadt 1979: 66). Er bestaan dus stereotyperingen over toeristen (Burns 1999: 102). Voor cultureel antropologen die onderzoek doen naar toerisme is het belangrijk om steeds stil te staan bij de vraag met wat voor verandering ze te maken hebben en waardoor deze veroorzaakt zou kunnen zijn. Zoals we kunnen zien, vinden er wel degelijk veranderingen plaats in toeristische gebieden maar worden veranderingen meestal toegeschreven aan het toerisme in plaats van andere mogelijke oorzaken. Onder invloed van de omgeving en nieuwe technologieën veranderen samenlevingen en culturen ook. Kennis en gedrag worden continu, al dan niet in gefilterde vorm, doorgegeven aan vol-



gende generaties. We weten dat cultuur dynamisch is en dat alle culturen door de tijd heen veranderen. Dit is een belangrijk inzicht voor het beleid dat vaak in de toerisme-industrie wordt gevoerd. Veel reisorganisaties en toerisme planners richten zich op het behouden van cultuur (Burns 1999: 58). Dit druist soms recht in tegen de (lokale) werkelijkheid. Toerisme wordt vaak geassocieerd met verandering maar het betekent niet dat toerisme altijd tot verandering leidt. Toerisme hoeft niet automatisch de hoofdreden voor verandering zijn maar slechts een van de verschillende kanalen om verandering teweeg te brengen. Dit betekent overigens niet dat toerisme geen verandering kan veroorzaken of veranderingsprocessen versnellen (o.a. Burns 1999: 94, Mathieson & Wall 1982: 160-161).

Samenvattend kan gezegd worden dat toerisme in eerste instantie als een positieve ontwikkeling werd gezien maar dat er in de loop der tijd steeds meer vraagtekens werden gezet bij de mogelijke effecten. Ik heb deze positieve en negatieve effecten samengevat omdat ze weergeven hoe er in de loop der tijd over de industrie werd nagedacht en geschreven. Ook wordt duidelijk dat de effecten van toerisme zeer divers zijn. Er moeten wel kanttekeningen gezet worden bij uitspraken als positief of negatief. Er kunnen vragen gesteld worden als: positief en negatief voor wie? En wie vindt dat? In de rest van dit proefschrift zal ik niet spreken over negatieve of positieve effecten omdat de normatieve veroordeling niet wordt onderzocht. Bovendien heeft toerisme in elk deel van de wereld weer een andere uitwerking. Zo schrijft bijvoorbeeld Getino, een Latijns-Amerikaanse wetenschapper, dat het belangrijk is om te beseffen dat de effecten die toerisme kunnen hebben op een gebied voor een groot deel afhankelijk zijn van waar dat gebied zich bevindt, wie er wonen, welk politiek beleid en ontwikkelingsbeleid er gevoerd wordt, wat voor sociale spanningen er bestaan tussen verschillende actoren in een gebied, welke er komen, hoeveel et cetera. Verder wordt vaak van bovenaf bepaald wat goed en wat slecht zou zijn, zonder rekening te houden met de lokale meningen van mensen.

### **1.3. TOERISME IN DE CULTURELE ANTROPOLOGIE**

Volgens Burns is er synergie te vinden tussen antropologie en toerisme omdat beide cultuur en menselijk gedrag identificeren en er betekenis aan geven (1999: 71). Antropologen zijn zich vrij laat voor het onderwerp gaan interesseren. Zo schreef Nash in 1981 dat de antropologische studie van toerisme anno jaren tachtig nog in haar kinderschoenen stond. Hij vroeg zich af waarom veel antropologen het onderwerp toerisme lange tijd hebben vermeden. Verklaringen zocht hij in het zelfbeeld van antropologen als veldwerkers en dat zij liever niet geassocieerd worden met toeristen. Het thema toerisme zou bovendien een frivool gebied van cultuur (spel) zijn dat antropologen liever vermijden. Verder zou toerisme gezien worden als iets moderns en zouden antropologen van oorsprong meer geïnteresseerd zijn in traditionele samenlevingen en tenslotte zouden antropologen onbewust zijn van toerisme en haar consequenties (Nash 1981: 461). Ook schrijft hij dat tot het eind van de jaren zeventig de meeste antropologen vooral tot de "pre-wetenschappelijke" conclusie kwamen dat toerisme slecht zou zijn voor landen in de Derde Wereld (Nash 1981: 465). In een later artikel, dat eind jaren tachtig verscheen, merkt ook Crick op dat er in de culturele antropologie opvallend weinig over toerisme is geschreven. Hij vindt dit opmerkelijk omdat men juist zou verwachten dat er veel aandacht zou zijn voor toerisme binnen deze discipline aangezien cultureel contact en sociale veranderingen centraal staan in de culturele antropologie en dit thema's zijn die aansluiting vinden bij het toerisme. Bovendien komen vrijwel alle samenlevingen in aanraking met toerisme (Crick 1989: 310). Crick constateert een groot tekort aan antropologische monografieën over toerisme. Dit zou kunnen komen omdat antropologen zichzelf vaak wensen te distantiëren van gewone toeristen. Verder valt het op dat als er academische stukken zijn over toerisme, de lokale stemmen meestal ontbreken. Er is weliswaar veel geschreven over toerisme door economen en geografen maar het valt op dat er in hun studies een bijna complete stilte bestaat over wat toerisme betekent voor de mensen die er mee te maken hebben (Crick 1989: 310-311). Een andere bias van antropologen wordt gevormd door hun soms gesimplificeerde ideeën over traditionele culturen. Veel antropologen zien de toeristen als desastreus voor het behoud van deze culturen en voelen zich in hun onderzoek in het nauw gedreven door de sociale veranderingen die toeristen met zich meebrengen (Nuñez 1978: 207-216, Crick 1989: 312). Burns constateert dat bij het schrijven over toerisme veel auteurs een oordeel hebben over toerisme; toerisme zou een vorm van neokolonialisme zijn zoals we eerder zagen.

Binnen de culturele antropologie is het proces van toerisme vaak vergeleken met een *rite de passage*. Zo kunnen in toerisme net als bij een rite de passage drie fases onderscheiden worden. In de eerste fase, de fase van scheiding, wordt een individu of een groep individuen ritueel verwijderd van de samenleving en het gewone leven. De tweede fase, van liminaliteit, is een periode van marginaliteit of uitsluiting van de gemeenschap. In de derde fase, de incorporatiefase, komt men terug in de samenleving met een nieuwe status (Burns 1999: 77). Volgens Burns is er een tweedeling ontstaan tussen antropologen die toerisme als ritueel zagen, zoals Graburn en antropologen die toerisme als een vorm van imperialisme zagen, zoals Nash (Burns 1999). Burns schrijft overigens ook dat het hedendaagse denken over toerisme binnen de antropologie heel veel ideeën kent en te complex is om gecategoriseerd te worden (1999: 88). Franklin meent dat zowel oude vormen van toerisme zoals pelgrimstochten, als de meest nieuwe vormen van toerisme, elementen van rituelen in zich hebben en als rites de passage kunnen worden gezien. Zo schrijft hij:

It is clear from the most writers that even the most contemporary forms of tourism are ritualistic, most closely resembling rituals of passage where the individual is delivered from one state or condition of the life course into the next. Clearly, tourism is not part of and parcel of contemporary rituals of passage but it is clear that the ritual forms of tourism are similar to those of rituals of passage, particularly because some change, effect or transition is routinely intended or anticipated (Franklin 2003: 11).

Zowel in oude als nieuwe vormen van toerisme speelde gezondheid en persoonlijke vernieuwing een grote rol en vaak wordt dit door middel van een ritueel gezocht (Franklin 2003: 11, 12). Een interessant voorbeeld van hoe dit lokaal tot uitdrukking komt, wordt gepresenteerd in een doctoraalscriptie van Karin Bosman, waarin wordt beschreven hoe een vierdaagse wandeltocht naar Machu Picchu in Peru die verschillende fases van rite de passage beslaat (2004: 15-23).

Het behoud van historisch-cultureel erfgoed en natuurlijke hulpbronnen zijn volgens Getino altijd al belangrijk geweest. Onder cultuur-historisch erfgoed verstaat hij kerken, kloosters, paleizen, kathedralen, oude graftombes, vestingwallen, promenades en tuinen, natuurparken, kunst- en cultuurgoederen, religieuze en volksfestiviteiten en alles wat verder representatief is voor de *memoria* (gedachtenis) en habitat van een gemeenschap of een volk en dat altijd onderwerp van zorg en bescherming is door de elites of regerende instanties, op elk moment in de geschiedenis (Getino 2002: 258).<sup>4</sup> Hoewel het natuurlijk niet waar is dat cultureel erfgoed altijd en in alle culturen belangrijk is geweest is het wel waar dat de hierboven genoemde culturele elementen belangrijk zijn binnen toerisme. Pas in de laatste dertig tot veertig jaar is cultuur een punt van interesse en vermaak voor toeristen en is de observatie van mensen uit een grote variëteit van niet-westerse culturen met hun beschavingen, gewoontes en levensstijlen een van de snelst groeiende branches van het toerisme (Lumsdon & Swift 2001: 128). Steeds vaker wordt het cultureel erfgoed als belangrijke trekpleister genoemd in de toerisme-industrie. Hierbij moet gedacht worden aan musea, festivals en carnavals, architectuur, Indiaanse gemeenschappen en hun gewoontes, taal, muziek en dans en handnijverheidsproducten (Lumsdon & Swift 2001: 129).

Vooraf contact met de lokale bewoners en hun kijk op hun dagelijkse leven staat centraal in het cultureel en erfgoedtoerisme. Volgens Prentice zoeken verschillende toeristen verschillende soorten erfgoed en hij schrijft dat erfgoed en heterogene nostalgie voor het verleden weergeeft (Prentice 1993: 33). Dit komt doordat toeristen op zoek zijn naar verschillende ervaringen (*experiences*). Om de diversiteit van erfgoedtoerisme te laten zien, onderscheidt hij 23 typen erfgoedattracties met nog veel meer onderverdelingen. Hiermee probeert hij te laten zien dat er niet gesproken kan worden van één erfgoed industrie (Prentice 1993: 39-40). Hoewel zijn typering vooral gebaseerd is op toerisme in westerse landen, met name Groot-Brittannië, bieden zijn

---

<sup>4</sup> Vertaald uit het Spaans:

Templos, monasterios, palacios, catedrales, antiguas tumbas, murallas, paseos y jardines, parques naturales, bienes artísticos y culturales, festividades religiosas y populares y todo lo más representativos de la memoria y el habitat de una comunidad o de una nación, siempre objeto de cuidado y protección por parte de las elites o los sistemas gobernantes, en cada momento de la historia. (Getino 2002: 258).

ideeën wel stof tot nadenken over erfgoedtoerisme wereldwijd. Erfgoed is namelijk niet homogeen. Prentice schrijft:

‘Heritage’ as a phenomenon has been shown to have expanded in the past decade or so from its core of natural, built, cultural and landscape features into more diverse dimensions. The heterogeneity of heritage has in effect increased awareness of change, a desire for conservation and a nostalgia for the past. In particular, heritage has become a commercial ‘product’ to be marketed to customers seeking leisure and tourism experiences (Prentice 1993: 49).

De belangrijkste organisatie die zich bezighoudt met het behoud van erfgoed is de UNESCO.<sup>5</sup> Al in 1972 was er een conferentie voor de bescherming van het werelderfgoed en werd er een werelderfgoed comité opgericht die alle plekken in de wereld op gebied van natuur en cultuur moest vaststellen. Deze werden op de werelderfgoedlijst geplaatst zodat ze beschermd konden worden. Verder was het doel van dit comité om een bewustwordingsproces op gang te brengen over het belang van dit werelderfgoed. In die tijd bestond volgens Getino nog niet het idee om natuurlijke en culturele hulpbronnen te verbinden aan toeristische activiteiten maar inmiddels zijn deze verbanden wel gelegd. (Getino 2002: 123, 260) Elke jaar stelt het UNESCO werelderfgoedcomité een lijst op van werelderfgoedsites. In 1978 werden de eerste locaties opgenomen op de werelderfgoedlijst. In 2006 telde de lijst 830 monumenten, waarvan 162 vielen onder natuurerfgoed, 644 onder cultuurerfgoed en 24 sites waren in beide categorieën onder te brengen. Er bestaat ook een lijst voor immaterieel erfgoed. Op de officiële website van UNESCO wordt erfgoed gedefinieerd als “onze erfenis van het verleden, waar we tegenwoordig in leven en wat we overdragen aan toekomstige generaties”. Het beleid van UNESCO is om zoveel mogelijk materieel en immaterieel erfgoed te behouden. Een van de missies van de organisatie is om lokale bevolkingsgroepen te laten deelnemen in het behoud van hun erfgoed.<sup>6</sup>

In de laatste twintig jaar is veel geschreven over de mogelijke consequenties van een toename van erfgoedtoerisme en verschillende onderzoekers hebben hun zorgen uitgesproken over wat er met lokale gemeenschappen gebeurt op het moment dat zij steeds meer toeristen ontvangen. Er ontstaat niet alleen druk op een gebied wegens grote bezoekersaantallen die een monument opeens moet verdragen maar er kan ook sociale druk ontstaan op een gebied. Als er volgens de UNESCO namelijk niet goed wordt omgegaan met een monument of site die op de lijst staat, kan deze er weer van af worden gehaald. Verder zou politiek die gericht is op behoud van het verleden ertoe kunnen leiden dat het verleden steeds meer verheerlijkt wordt, dat er stereotypen gecreëerd worden of dat het niet duidelijk is waarom iets behouden moet worden. Op deze manier is er vaak geen aandacht voor wat er in het heden gebeurt omdat het verleden steeds centraal staat (Getino 2002: 261-265). Door het contact met toeristen en toenemende globalisering zouden lokale gemeenschappen een deel van hun identiteit verliezen omdat zij zouden willen leven als de toeristen. Zoals we hebben gezien werd dit het demonstratie-effect genoemd, en het stond in een negatief daglicht. Een andere belangrijke vraag is van wie het cultureel erfgoed is dat geclaimd wordt (Prentice 1993: 50). Twee andere veelbesproken thema’s binnen het cultureel-of erfgoedtoerisme zijn authenticiteit en “commoditization”, die niet alleen aan elkaar verbonden kunnen worden maar ook aan het besproken demonstratie-effect.

In het discours over toerisme is authenticiteit een steeds terugkerend begrip. Maar wat is authenticiteit? In de *Van Dale Hedendaags Nederlands* (2002) staat authentiek omschreven als “gelijk aan het origineel” en “echt en daardoor betrouwbaar”. In *The New Shorter Oxford Dictionary* wordt authentiek gedefinieerd als “really proceeding from its real source”. Wat de eerste definitie betreft komen bij mij vragen op als: wat is origineel? Wat is echt? Voor wie is het belangrijk dat iets echt is? En betrouwbaar voor wie? Wat de tweede definitie betreft vraag ik me af hoe er valt te controleren wat de *real source* is en ook wie dat bepaalt. Op het moment dat de term authenticiteit wordt gebruikt binnen een toerisme context, en dat gebeurt vaak, is het belangrijk om dit soort vragen te stellen. Zoals ik eerder schreef, hebben toeristen volgens Cohen gemeen dat ze op zoek zijn naar nieuwe ervaringen. Behalve dat deze ervaringen nieuw moeten zijn, moeten ervaringen en attracties ook “echt” zijn. Dit kan tot gevolg hebben dat attracties getransformeerd worden en faciliteiten gestandaardiseerd (Cohen 1972: 169-170). De effecten worden als volgt omschreven:

---

<sup>5</sup> United Nations Educational Scientific and Cultural Organization.

<sup>6</sup> [www.unesco.org](http://www.unesco.org).

The main purpose of mass tourism is the visiting of attractions, whether genuine or contrived. However, even if they are genuine, the tendency is to transform or manipulate them, to make them “suitable”<sup>7</sup> for mass tourist consumption. They are supplied with facilities, reconstructed, landscaped cleansed of unsuitable elements, staged, managed, and otherwise organized. As a result, they largely lose their original flavour and appearance and become isolated from the ordinary flow of life and natural texture of host society. [...] Festivals and ceremonies, in particular, cease being spontaneous expressions of popular feelings and become well-staged spectacles. Even still inhabited old quarters of otherwise modern cities are often turned into “living museums” to attract tourists (Cohen 1972: 170-171).

De transformatie en standaardisering die Cohen hier noemt, zorgen er weer voor dat er een uniformiteit ontstaat binnen de toeristische ervaring. Veel culturen worden voor het toerisme gereduceerd tot een aantal standardelementen en gepresenteerd aan toeristen (Cohen 1972: 171).

Een auteur die veel heeft geschreven over toerisme en authenticiteit is MacCannell. Zo schreef MacCannell al in 1973 over *staged authenticity*. Dit verschijnsel doet zich voor als hosts hun cultuur en zichzelf als het ware verkopen met als doel een aantrekkelijk pakket te vormen. Aangezien dit de aard van het product verandert, wordt de authenticiteit waarnaar de bezoeker op zoek gaat opgevoerd (*staged*) (MacCannell 1979: 596). Net als Cohen constateert MacCannell dat er een soort reconstructie van het verleden plaatsvindt, aangepast aan de wensen van de toeristen. De zoektocht naar authentieke ervaring zou een gevolg zijn van moderne culturen. Authentieke ervaringen zouden buiten de grenzen van het hedendaagse moderne leven liggen. De moderne toerist zou vervreemd zijn en op zoek naar authenticiteit en naar het ongerepte, primitieve en natuurlijke, dat nog niet met moderniteit in aanraking is gekomen. Zo hoopt de toerist authenticiteit te vinden in andere tijden en andere plaatsen (MacCannell 1976: 160). Collectieve en nostalgische herinneringen spelen daarbij een belangrijke rol. Deze nostalgische herinnering reconstrueert als het ware het verleden om aan behoeften in het heden te voldoen (MacCannell 1979).

Vanaf het moment dat MacCannell de term *staged authenticity* heeft geïntroduceerd is er binnen onderzoek naar toerisme veel over geschreven en meerdere auteurs hebben hun zorg uitgesproken over de eventuele vernieling van culturele authenticiteit en culturele identiteit door toerisme (o.a. Turner & Ash 1975: 197). Er zijn veel studies gedaan naar hoe Indiaanse bevolkingsgroepen bepaalde delen van hun cultuur aan de smaak van de toeristen hebben aangepast. Ook is er gekeken naar hoe bepaalde gebieden door toerisme een soort museum worden. Zo heeft Castañeda een boek geschreven over de beroemde ruïnes van Chichén Itzá in Mexico. Hij schrijft over deze ruïnes dat de “archeological reconstruction is a simulated reality that maintains authenticity through the traces of its reinvention” (Castañeda 1996: 165). Hij benadrukt dat de nationale overheid van Mexico veel invloed heeft op de constructie (en reconstructie) van Maya cultuur (Castañeda 1996: 198). Waar Castañeda schrijft over archeologische reconstructies, schrijft Stanley over reconstructies van *performance*. Volgens Stanley wordt er een spelletje gespeeld met de toeristen door lokale bewoners van toeristische gebieden: er wordt een etnografische *performance* uitgevoerd door de lokale bevolking wat hij *Being Ourselves for You* noemt (Stanley 1998). Dit aanpassen van cultuur aan de smaak van toeristen of het commercieel maken van cultuur wordt commodificatie genoemd. Cohen definieert het begrip als volgt:

“Commodification” is a process by which things (and activities) come to be evaluated primarily in terms of their exchange value, in a context of trade, thereby becoming goods (and services); developed exchange systems in which the exchange value of things (and activities) is stated in terms of prices from a market (Cohen 1988: 380).

Cultuur wordt in deze context dus steeds meer voor commerciële doeleinden gebruikt. Er is weinig positiefs over deze ontwikkeling geschreven. Volgens Greenwood is het commodificatieproces een voorbeeld van kapitalistische ontwikkeling en hij schrijft hierover :

Culture is being packaged, priced and sold like building lots, rights of way, fast food, and room service, as the tourism industry inexorably extends its grasp. For the moneyed tourist, the tourism industry promises that the world is his/hers to use. All the “natural resources,” including cultural traditions, have their price, and if you have the money in hand, it is your right to see whatever you wish... Treating culture as a natural resource or a commodity over which tourists have rights is not simply perverse, it is a violation of the people’s cultural rights (Greenwood 1978: 136-137).

---

<sup>7</sup> In het origineel tussen aanhalingstekens.

Toerisme zou volgens hem cultuur dus beschadigen. De gecommuniceerde culturele producten zouden hun intrinsieke betekenis in het proces verliezen en daarmee de betekenis voor de lokale mensen wegnemen die daarop weer het enthousiasme om de producten te produceren zouden verliezen (Greenwood 1978: 135). Mathieson en Wall schrijven dat toerisme cultureel “arrogant” zou zijn omdat tradities en gewoonten van lokale mensen worden gemanipuleerd alleen maar om de ervaringen van toeristen interessanter te maken waardoor slechts een klein en oppervlakkig deel van de lokale cultuur zichtbaar wordt. Ook beschuldigt hij toerismewettelijkmakers en -promotors van “culturele arrogantie” omdat veel internationale hotels en restaurants westerse stijlen hebben met slechts een fractie van een verwijzing naar de lokale cultuur wat zou duiden op weinig waardering van de sociaal-culturele tradities van lokale bewoners. Het enige positieve wat er over gezegd kan worden is dat het vercommercialiseren en *staging* van cultuur de toeristen vermaken en de druk op de lokale bevolking en haar cultuur kunnen verminderen en zelfs kan leiden tot een behoud van cultuur (Mathieson & Wall 1982: 173).

Ofschoon veel auteurs er dus een probleem mee hebben dat authenticiteit staged is, weerlegt Cohen het idee dat als een cultureel product gecommuniceerd is de betekenis verdwijnt. Hij noemt dit een overgeneralisatie en schrijft dat er geen reden voor is om aan te nemen dat alle betekenis weg is zodra mensen betaald worden voor een *performance* of een product. Wel kan het zijn dat op die manier een cultureel product een nieuwe betekenis krijgt (Cohen 1982: 381-382). Ook Silver zet vraagtekens bij het “commodificatie probleem”. Volgens haar wordt authenticiteit op verschillende manieren geconstrueerd, afhankelijk van het type toerist dat het product of beeld consumeert (Silver 1993). Payne laat in een artikel over dansen in toeristische gebieden zien dat ondanks verschillen in schaal en context, dansen “authentiek” blijven en creatief zijn. Ze schrijft dat ondanks het feit dat dansvormen gecommuniceerd zijn voor de internationale toeristenmarkt, en sommigen zelfs speciaal gemodelleerd zijn voor toeristen, ze hun betekenis niet per se hoeven te verliezen. De dans is vaak een precieze simulatie, een *re-creatie* van het historisch verleden en een hedendaagse manifestatie van vindingrijkheid binnen tradities (Payne 1996: 780-782). Dit betekent overigens niet dat de dansen statisch zijn. Zo schrijft Payne dat er vaak buitenlandse elementen en structuren worden opgenomen in de traditionele dansen en dat de nieuwe vormen en stijlen door de tijd heen authentiek kunnen worden voor de *performing community* (Payne 1996: 784). Chhabra, Healy en Sills laten zien dat er ook een hoge perceptie van authenticiteit bereikt kan worden als een gebeurtenis staged is, zelfs als dit staging proces plaatsvindt op een plek die ver verwijderd is van de originele bron van de betreffende culturele traditie. Ze laten zien dat de perceptie bij de toerist, of een gebeurtenis of een product authentiek is, belangrijker is dan de daadwerkelijke authenticiteit van de *staged event* (Chhabra, Healy & Sills 2003). Zij onderkennen dat authenticiteit belangrijk is binnen erfgoedtoerisme maar dat niet elke component van de ervaring authentiek hoeft te zijn of zelfs bevredigend zolang de combinatie van elementen nostalgische gevoelens oplevert (Chhabra, Healy & Sills 2003: 704). En zoals Payne met betrekking tot dansen in Haïti schrijft is de *experiential authenticity* van toeristen heel erg belangrijk; wat er met de *performer* (dit kan overigens ook de toerist zijn die mee danst) gebeurt in het proces van het optreden of als een resultaat van het optreden (1996: 785). Hierover schrijft zij:

What remains impressive is that both performers and tourists rely on an experiential authenticity that is located within the gesture, dance sequences and profound affect of dancers in order to determine the authenticity in the performance (Payne 1996: 787).

Het ervaren van de dans, door bijvoorbeeld zelf mee te doen biedt een soort garantie van authenticiteit (Payne 1996: 794).

Crick onderkent dat er wel degelijk morele en gerelateerde veranderingen plaatsvinden bij commodificatie maar hij waarschuwt voor een overgave aan romanticisme en ethnocentrisme. Niet alleen zijn culturen altijd al in beweging maar volgens hem is eigenlijk alle cultuur *staged authenticity*. Zo stelt hij een aantal kritische vragen:

What in a culture is not staged? [...] if change is a permanent state, why should the staging bound up in tourism be regarded as so destructive, and why should the changes been seen in such a negative light? [...] One might ask additionally what is so abhorrent about inauthentic phenomena? (Crick 1989: 336).

Volgens hem wordt er negatief gedacht over toerisme en sociale verandering en moeten we oppassen om de uitbreidende realiteit van monetaire relaties niet te contrasteren met een of ander

ideaalbeeld van een traditionele cultuur die niet op geld gericht zou zijn. Hij stelt vervolgens op cynische wijze de vraag of traditionele normen van wederkerigheid niet economisch of onberekenbaar waren. Crick stelt dat we moeten oppassen onze “gekleurde” mening te geven en dat het belangrijk is om gedetailleerd onderzoek te doen naar hoe nieuwe activiteiten zoals bijvoorbeeld toerisme en cultuur gedrag beïnvloeden en ook wat de specifieke mechanismen van verandering daadwerkelijk zijn op lokaal gebied (Crick 1989: 336). Wood schrijft over authenticiteit en toerisme dat internationaal toerisme er niet voor zorgt dat een cultuur simpelweg vernietigd of bewaard wordt maar dat er een constant proces van culturele uitvinding plaatsvindt waarin het proces van “verwestering” in veel gevallen van minder belang is dan andere en nieuwe richtingen van culturele verandering. De impact van toerisme bestaat wel degelijk maar vindt plaats in een culturele context die dynamisch is en al aan verandering onderhevig (Wood 1993: 67-68). Dit idee van culturele vernieuwing wordt door Hobsbawm en Ranger *The Invention of Tradition* genoemd. In hun bundel staan voorbeelden van hoe nieuwe culturele uitingen ingebed raken in al bestaande belangrijke tradities. Vaak wordt de oorsprong van deze tradities vergeten of geromantiseerd. Cohen schrijft dat authenticiteit onderhandelbaar is en dat met dit gegeven culturele producten misschien op een bepaald moment als niet authentiek worden gezien maar door de tijd heen als authentiek worden erkend (Cohen 1988: 374, 379-380).

Cohen bekritiseert het werk van MacCannell en zijn navolgers omdat er niet gekeken wordt naar of de mensen in het land die de toeristen ontvangen wel beschikken over het concept authenticiteit en bovendien wordt er zelden gekeken naar wat de lokale bevolking zelf authentiek vindt (Cohen 1988: 374). Bovendien is elk individuele toerist op de een of andere manier op zoek naar authenticiteit (Cohen 1988: 376) en “*tourists will differ in the number and kinds of traits necessary to their mind to authenticate a cultural product* (Cohen 1988: 378). Zo geeft hij een voorbeeld van een Franse toerist die in Thailand de mensen van een dorpje niet authentiek vond omdat ze uit een plastic beker dronken. Een soortgelijke vraag voor totale authenticiteit zou voor het merendeel van de toeristen niet noodzakelijk zijn en Cohen beschrijft dat veel toeristen wel degelijk gecommmercialiseerde objecten als authentiek accepteren zolang ze maar overtuigd zijn van het feit dat het product versierd is met “traditionele” onderwerpen en “handgemaakt” is door leden van een etnische groep. Hij beschrijft hoe toeristen op deze manier gecommmercialiseerde uitingen van lokale gewoontes zoals bijvoorbeeld een dans of een ritueel als authentiek kunnen accepteren, zolang ze maar op identieke wijze uitgevoerd wordt door leden van de lokale groep; als het maar accurate reconstructies zijn (Cohen 1988: 378-379). Franklin schrijft met betrekking tot commodificatie en culturele reproductie:

[...] we need to see tourism in its ethnographic presence [...] constantly being worked into and used by the cultures it comes into contact with and see it as a form of cultural exchange rather than an erosive agent let loose on an otherwise authentic, proper and fragile world. Tourism leaves interesting and important traces on the world that can be liberating, reviving, demythologising and hybridising (Franklin 2003: 59).

Toeristen zijn zich dus wel degelijk bewust van het feit dat er een spelletje met hen wordt gespeeld zonder dat ze dit bezwaarlijk vinden voor hun beleving.

#### **1.4. TOERISME EN DUURZAAMHEID**

In de loop van de tijd kwam er steeds meer behoefte toerisme op een andere manier vorm te geven. Ecotoerisme waarbij de bezoekers de natuur konden observeren zonder deze te verstoren werd steeds populairder (Lumsdon & Swift 2001: 100). Ecotoerisme zou weinig invloed hebben op bezochte gebieden, niet consumptief zijn, lokaal georiënteerd zijn en moeten bijdragen aan het behoud en bescherming van de bezochte gebieden (Fennell 1999: 42). Ecotoerisme werd populair maar behalve in de toerisme-industrie zelf kwam het thema ook steeds vaker ter sprake in de politieke en wetenschappelijke wereld. In eerste instantie lag de nadruk op de ecologische effecten van toerisme en hoe de negatieve effecten op dit gebied zoveel mogelijk ingeperkt konden worden. Later begon men steeds meer kritische vragen te stellen over wat de lange termijn effecten van ecotoerisme konden zijn (Butler 1991). Dit gebeurde voor de ecologische effecten maar er werd ook in toenemende mate gediscussieerd over de sociale aspecten van toerisme.

Kleinschalig toerisme werd als alternatief gezien voor het oorspronkelijke massatoerisme omdat er bij kleinschalig toerisme minder eisen gesteld hoeven te worden aan de infrastructuur en omdat er meer kans zou zijn op lokale inbreng en beschikking over accommodatie, transport en

dergelijke (Theuns 1989: 175). Deze vorm van toerisme werd ook wel alternatief toerisme genoemd en zou ervoor kunnen zorgen dat de lokale economie en dat het behoud van de culturele identiteit gestimuleerd worden (Butler 1992). Een andere veelgebruikte term is “verantwoord toerisme” waarbij de bezoeker in principe verantwoordelijk is voor de manier waarop hij of zij toerisme consumeert. In deze term ligt de veronderstelling besloten dat de bezoeker zich bewust is van de impact van zijn of haar activiteiten. Lumsdon en Swift merken op dat dit besef meestal pas doordringt op het moment dat een toerist daadwerkelijk op vakantie is (Lumsdon & Swift 2001: 105). De termen ecotoerisme, nieuw toerisme, alternatief toerisme, kleinschalig toerisme, verantwoord toerisme en duurzaam toerisme roepen misschien in eerste instantie positieve gevoelens op maar er zijn een aantal kritische vragen die gesteld moeten worden. Wanneer is toerisme kleinschalig? Als er constant kleine groepen toeristen komen, kan er dan nog gesproken worden van kleinschalig of verantwoord toerisme? Wie bepaalt wanneer toerisme verantwoord is? En voor wie is het dan verantwoord? In hoeverre hebben lokale actoren invloed op het soort toerisme dat er bij hen plaatsvindt? Is ecotoerisme wel een alternatief of meer een verkapt vorm van massatoerisme? Bij veel vormen van “nieuw toerisme” worden mooie idealen geschetst maar de kwestie steekt vaak veel complexer in elkaar. Bovendien bestaan deze idealen meestal in het westen *in the minds* van bijvoorbeeld reisbureaus die deze termen als marketingstrategie gebruiken en bij toeristen die “iets goeds” voor de wereld willen doen. Het is interessant en noodzakelijk om te kijken hoe deze idealen in de praktijk, in de landen van bestemming, worden ontvangen.

Wat opvalt in de literatuur over duurzaam toerisme en in het beleid dat wordt aangewend om met het thema om te gaan is dat er veel zorgen zijn over het behoud van de status-quo. Er zijn verschillende auteurs die hierover hebben geschreven. Lumsdon en Swift bijvoorbeeld leggen een verband tussen ecotoerisme, cultureel en erfgoed-toerisme en merken op dat bij beide vormen van toerisme hetzelfde dilemma naar boven komt namelijk “[...]how to develop the full tourism potential of these areas without changing their basic nature, and how to prevent structural damage as a consequence of increased visitor numbers” (Lumsdon & Swift 2001: 133). Dit suggereert dat er in het toerisme een wens bestaat om cultuur te behouden. Dit vormt de basis van erfgoed-toerisme. Ook Mowforth en Munt hebben geschreven dat duurzaamheid beschouwd kan worden als een overdrager van machtsrelaties waarvan een deel gericht is op het behouden van natuur en cultuur in de Derde Wereld (1998: 62). Van Beek schrijft over confrontaties in toeristische locaties in West Afrika en noemt het contact tussen toeristen en de lokale bewoners *encounters*. Vooral in ecotoerisme en erfgoed-toerisme is deze encounter heel belangrijk. Van Beek schrijft dat een encounter op het eerste gezicht een gemeenschap lijkt te veranderen en de duurzaamheid van dit soort toerisme lijkt te bedreigen maar hij verwerpt het idee dat het toerisme de eigen locatie beschadigt omdat de dynamiek binnen een encounter vaak veel complexer is en allerlei mogelijke effecten kan hebben (2003: 251-252). Hij gebruikt onderzoeksmateriaal uit Dogon (Mali) om te laten zien dat als het “cultureel product” de voornaamste attractie vormt, toeristen bijna niet communiceren met de lokale cultuur. Dit komt doordat culturen op een indirecte manier gecommuniceerd worden, door lagen heen van tevoren gevestigde beelden van de ander of door personen die deze beelden levend wil houden.<sup>8</sup> Van Beek schrijft dat toerisme het contrast tussen twee culturen juist groter maakt omdat de toerist juist op zoek is naar het vreemde, wilde en andere van de lokale groep waardoor de kansen op gedeelde ervaringen afnemen (Van Beek 2003: 273). Volgens Crick zorgt toerisme ervoor dat stereotypen worden gecreëerd en versterkt en in feite komen toeristen nooit echt in contact met de sociale realiteit omdat zowel zij als de Ander deze stereotypen constant benadrukken. Ook al wordt toerisme vaak geportretteerd als een sector die tot wederzijds begrip tussen verschillende bevolkingsgroepen kan leiden, wat hij cynisch de *peace and understanding rhetoric* noemt, suggereert het empirisch bewijs dat individuele percepties bepaald worden door stereotypen (1989: 329).

In de afgelopen jaren zijn er veel nieuwe visies op toerisme geformuleerd. Een auteur die in mijn ogen goed slaagt in het actualiseren van het wetenschappelijke debat over toerisme is Franklin. Hij bestrijdt eerdere ideeën over toerisme waarin de industrie wordt gezien als geba-

---

<sup>8</sup> Vertaald naar de in de inleiding besproken theorieën uit de culturele en cognitieve psychologie: sociaal-culturele encounters tussen verschillend actoren (of *à la* Goffman, tussen acteurs en publiek) vinden plaats volgens culturele modellen *in the mind* die *in the world* uiting krijgen.

seerd op een zoektocht naar het ongebruikelijk en het nieuwe (de eerder beschreven zoektocht naar authenticiteit). Hij bekritiseert zijn voorgangers ervan dat zij in hun analyses van *tourist gaze* en authenticiteit zowel de toeristen als objecten van de *gaze* zien als op zichzelf staand. Toerisme vraagt volgens hem om een benadering waarin de interactie en effecten van mensen en de geobserveerde objecten centraal staan. Toerisme kan daarom niet gescheiden worden van culturele, politieke en economische omstandigheden waarin het zich ontwikkelt en continu verandert. Franklin ziet het fenomeen toerisme niet als iets wat buiten de dagelijkse leefwereld plaatsheeft maar als daarin opgenomen. (Franklin 2003: 2, 11). Zoals we al eerder bij Burns zagen, pleit ook Franklin voor het benaderen van toerisme als culturele activiteit en niet alleen als uitsluitend een commerciële sector.

In de jaren negentig was onderzoek naar toerisme vooral gericht op de visuele dimensie en zoals in de *Tourist Gaze* van Urry werd het gedrag van toeristen verklaard als het genot van kijken naar of *gazing* op het verschillende en ongebruikelijke, wat een contrast vormde met het bekende van het dagelijks leven. Toeristen werden gezien als verzamelaars van *views* en *gazes* op objecten en landschappen die naar “iets anders” verwezen. Met nieuwe visuele technologieën werd het echter steeds minder belangrijk of objecten authentiek waren en de zogenaamde “post-toeristen” genoten ook van niet-authentieke en in scène gezette objecten en rituelen (Franklin 2003: 9). Dit zagen we ook al eerder bij Chhabra, Healy en Sills die aangaven dat een goede reconstructie van een object of een ritueel ook voldoening kon geven aan toeristen (Chhabra, Healy & Sills 2003). De kritiek die in de huidige eeuw is geleverd op de nadruk die werd gelegd op visie, was dat er weinig aandacht was voor de belichaamde (*embodied*) perspectieven op toerisme en vanaf 2000 werd ook hier aandacht aan besteed. Franklin schrijft dat “We can perhaps say that as the 1990s faded into the 2000s more people wanted to get their hands on the world, to taste it, feel it, smell it and importantly, to do things with it and not just look at it” (Franklin 2003: 9). Hij pleit dus voor een benadering waar aandacht is voor het lichaam en niet alleen voor het visuele en het mentale. In zijn boek laat hij zien dat ritueel en de opvoerende (*performative*) aard van toerisme, waarin het lichaam de focus van transitie wordt, steeds belangrijker worden in het hedendaagse toerisme. Dit wil niet zeggen dat deze nieuwe richtingen in toerisme onderzoek geen aandacht moeten besteden en moeten voortbouwen op de *gaze* (Franklin 2003: 9); visuele prikkels zijn nog steeds erg belangrijk in het toerisme debat. Deze ideeën vinden aansluiting bij het idee dat *experience* steeds belangrijker wordt in de toerisme-industrie. Dit kunnen zowel visuele ervaringen betreffen als belichaamde ervaringen. Hoewel Franklin toegeeft dat het visuele nog steeds een grote rol speelt in toerisme is er volgens hem een grote fout gemaakt in theorieën over toerisme. De meeste auteurs gaan, zoals we eerder in dit hoofdstuk hebben kunnen zien, ervan uit dat toeristen naar iets “echts” op zoek zijn omdat hun eigen levens niet authentiek zouden zijn. Hij schrijft dat er al meer dan 25 jaar van wordt uitgegaan dat het leven van mensen in de moderne wereld saai is, oppervlakkig, deprimerend en zonder betekenis. Dit zou de reden zijn waarom mensen behoefte hebben aan vakanties. Echter, het leven in de moderne wereld en in grote steden is allesbehalve saai, schrijft Franklin. Volgens hem is toerisme een specifiek type uitbreiding van het moderne leven en eerder een viering van het moderne leven dan een ontsnapping eraan. Hij ziet het toerisme als een van de noodzakelijke bouwblokken van moderniteit en niet als een ontsnappingsroute om aan het moderne leven te ontkomen (Franklin 2003: 23-36).

Een andere ontwikkeling die Franklin beschrijft gaat over een nieuw soort “ritualisering” van toeristische ervaringen. Dit is een ontwikkeling die aan het eind van de twintigste eeuw naar voren kwam en te maken heeft met toegenomen globaliseringstendenzen. Voor die tijd gingen mensen misschien op zoek naar verschillen en naar kleur en opwinding voor hun levens maar vanaf het einde van de twintigste eeuw en tegenwoordig zijn mensen zoals Franklin schrijft “over-excited, bombarded by stimulation, information, possibilities, connections and access” (2003: 13). Mensen hebben het vaak te druk en elektronische middelen zorgen ervoor dat mensen steeds sneller dingen kunnen doen. Stress is een veelvoorkomend probleem en in veel nieuwe vormen van toerisme wordt daarom juist aandacht besteed aan rituelen waar plaats wordt gemaakt voor *slow time* (Franklin 2003: 13-14, 57-58 en hoofdstuk acht, pp. 213-249). Toerisme biedt tegenwoordig vaak mogelijkheden voor persoonlijke transitie, wat overigens vaak volgens geritualiseerde *formats* plaatsvindt (Franklin 2003: 17 en hoofdstuk vier). Een ander punt van kritiek van Franklin over hedendaagse toerismetheorieën is dat er veel te lang is teruggevallen



op algemene theorieën over gedrag van toeristen en motivatie zonder de empirische studies die zijn gedaan te gebruiken om de bestaande theorieën te verfijnen (Franklin 2003: 14-15). Het probleem bij het bestuderen van toerisme is dat er soms wordt gedaan alsof de geschiedenis en ontwikkeling van toerisme als een op zichzelf staand en apart deel van het moderne leven wordt behandeld terwijl in werkelijkheid toerisme continu verandert in relatie tot de ontwikkeling en veranderingen van moderne samenlevingen (Franklin 2003: 16).

De ideeën van Franklin over *experience* vinden aansluiting bij ideeën uit de *experience economy*. Pine en Gilmore schrijven over economische strategieën van (vooral Amerikaanse) bedrijven, maar hun ideeën kunnen direct geprojecteerd worden op een context van etnisch en cultureel toerisme. Volgens Pine en Gilmore wordt consumeren in toenemende mate een zintuiglijke ervaring. Zij constateren dat bedrijven steeds meer geld uitgeven aan het creëren van de emoties van hun klanten. Dit doen zij door een unieke belevenis toe te voegen aan hun product. Een *experience economy* ontstaat als een bedrijf bepaalde diensten expres gebruikt als een podium en als goederen gebruikt worden als steunpilaren met het doel voor individuele klanten een memorabele gebeurtenis neer te zetten. Verder kunnen kopers van ervaringen het best worden beschreven als gasten en de ervaringen die deze gasten hebben zijn persoonlijk; zij bestaan slechts in de gedachten van een individu die betrokken is geraakt op een emotioneel, fysiek, intellectueel of zelfs een spiritueel niveau. Daaruit volgt dat twee verschillende mensen niet de dezelfde ervaring kunnen hebben omdat elke ervaring voortkomt uit de interactie tussen de *staged event* en de geestestoestand van een individu (Pine & Gilmore 1998: 97-98). Lokale markten in toeristische gebieden bijvoorbeeld zijn aldus in hun geheel een *experience*. Het gaat de toeristen bijvoorbeeld niet zozeer om de consumptie van goederen op de markt maar om de consumptie van de totale marktervaring. Reisbureaus bieden hun klanten belevenissen aan in “verre en exotische oorden”, de lokale bevolking voert op wat men wil zien (*staging*) en de bezoekers zijn gasten die persoonlijke ervaringen hebben, die waarschijnlijk anders zijn dan de belevenissen van andere toeristen.

Ook als we het over *experience* hebben, is het belangrijk te beseffen dat de soort ervaring afhangt van het soort toerist dat een gebied bezoekt. Zo schreef Cohen dat de georganiseerde en de individuele massatoerist gebruikmaken van een reis die gestandaardiseerd is waarbij vervoer, plaatsen die bezocht worden, slaap- en eetgelegenheden van tevoren zijn vastgesteld maar dat de pakketreis de koper altijd de “*experience of novelty and strangeness*” aanbiedt (Cohen 1972: 169). De bedoeling van een dergelijke reis is om toeristen zoveel mogelijk het idee te geven dat ze authentieke ervaringen hebben zonder dat ze fysiek tekort komen. De toerist krijgt de illusie van avontuur maar zoveel mogelijk risico's en onzekerheden van daadwerkelijk avontuur zijn uit de tour gehaald. Het verschil met de andere twee categorieën van Cohen, de *explorer* en *drifter* is dat zij de route van massatoeristen proberen te vermijden en vooral op zoek gaan naar contacten met *hosts* en nieuwe plekken (Cohen 1972: 174-177). Wat toeristen ervaren hangt dus af van hun persoonlijke wensen maar wat ze gemeen hebben is dat ze allemaal op zoek zijn naar een bepaalde ervaring.

Een groot deel van hoe toeristen iets ervaren hangt samen met verwachtingen die zij van tevoren hebben van het gebied dat zij gaan bezoeken. Verschillende auteurs hebben al gewezen op het belang van beeldvorming. Het *image of the composite mental picture* dat door eventuele bezoekers gevormd is, speelt een doorslaggevende rol in keuzes en wordt voor een groot deel gevormd door informatievoorziening over de regio (Lumsdon & Swift 2001: 169). De manier waarop het imago van een toeristische bestemming wordt weergegeven op internet en in reisfolders, is niet alleen een afspiegeling van wat de bestemming te bieden heeft maar ook wat toeristen verwachten te ervaren. De beeldvorming die bezoekers van tevoren krijgen ingeprent is erg belangrijk in het promoten van toeristische bestemmingen maar er moet wel worden opgemerkt dat de realiteit van een gebied weinig consequenties heeft. Het is namelijk de “*perceptie van de realiteit*” die het belangrijkste is voor toerisme (Lumsdon & Swift 2001: 186). Hoe toeristen iets ervaren heeft overigens niet alleen te maken met hun van tevoren gevormde verwachtingen. Zo schrijft Bosman dat tijdens het bezoek aan een gebied (in haar geval Cuzco en omgeving) gidsen een hele belangrijke rol spelen in het verschaffen van een bepaalde ervaring (Bosman 2005: 42). Ook Van Beek schrijft in een artikel over Mali dat gidsen heel belangrijk zijn in het overbrengen van informatie en een goede ervaring. Volgens hem zijn juist gidsen zich voortdurend bewust van het feit dat vertrouwen en respect de basis vormt voor elke toerisme-encounter. Hij

schrijft ook dat gidsen een behoefte voelen bij de toerist voor informatie, voor verhalen en ook al hebben de verhalen weinig basis in de realiteit van Mali, lijkt dat niet uit te maken. De verhalen vormen een uitwisseling tussen verschillende culturen, de gidsen leveren een dienst en de inhoud van de verhalen is niet zo belangrijk (Van Beek 2003: 262).

Pine en Gilmore benadrukken dat er constant vernieuwing plaats moet vinden voor de consument. Als je dit echter op een toerismesituatie toepast, waar men op zoek is naar authenticiteit, geldt dit niet; in de context van het Andes gebied in Peru is het juist belangrijk dat er zo min mogelijk verandert in de *experience* omdat men op zoek is naar het verleden en het verleden van de Inca's wil beleven. In het verkrijgen van een *experience* spelen zintuigen een belangrijke rol. Zicht speelt misschien wel de belangrijkste rol, zoals we eerder zagen. Urry analyseert in *The Tourist Gaze* (1990) de hoofdzakelijk visuele aard van de toerisme-ervaring. "Gazing" vindt vaak collectief plaats en hangt af van een aantal sociale discoursen van verschillende actoren zoals schrijvers, reisbureaus, televisie presentatoren en toerisme beleidsmakers en dergelijke. Crawshaw en Urry gaan in een gezamenlijk artikel verder in op toerisme en de betekenis van visualisering. Vanaf het einde van de achttiende eeuw werden visuele impressies steeds belangrijker in toerisme en discoursen. Crawshaw en Urry schrijven dat "[e]veryday expressions such as 'seeing the sights', 'capturing the view', 'eye-catching scenery', 'picturesque villages', 'pretty as a postcard', illustrate the significance of the eye to both the traveller and the travel promoter" (Crawshaw & Urry 1997: 178). In de meeste discoursen over reizen ligt er dus specifieke nadruk op het kijken en het verzamelen van "sights" (Crawshaw & Urry 1997: 178). Reisbureaus en internetsites, boeken en reisprogramma's beïnvloeden dus wat toeristen willen zien en willen vastleggen maar ook gidsen spelen een belangrijke rol in het opslaan van sights. Het maken van foto's is van groot belang binnen toerisme en de toeristen zijn zich ervan bewust dat de beste kiekjes welbekend zijn bij de reisorganisaties. De camera kan zelfs gezien worden als "het embleem van een encounter" (Van Beek 2003: 273, 282). Daaruit blijkt wat toeristen als de realiteit zien en belangrijk vinden op een reis.

De nieuwste fase van *experience* is de transformatiefase. Deze ontstaat als de wereld als het ware verzadigd raakt van *experiences*. Bedrijven en organisaties zullen dan niet alleen kosten in rekening brengen voor de belevenissen maar ook van de bewezen uitkomsten die op *experience* gebaseerd zijn (Gillmore 2003: 7). De oorzaak van het ontstaan van deze vijfde fase is omdat *experiences* sensaties verschaffen die een memorabele gebeurtenis met zich meebrengen maar door de tijd heen deze als het ware versleten raken. Dit kan zeker in de toerisme-industrie en in de globaliserende wereld steeds meer en vaker per individu plaatsvinden kunt, reizen wordt immers steeds "normaler" en toegankelijker. Transformaties aan de andere kant zorgen voor een permanente verandering voor de klant.<sup>9</sup> Het gaat in deze fase om *experiences* die je leven kunnen transformeren. In de context van Peru is deze *transformation economy* nog niet overal waar te nemen maar zoals we later zullen zien, zijn er wel steeds meer reisbureaus die mystieke en esoterische ervaringen aanbieden aan toeristen die hen zouden transformeren.

Al deze zojuist genoemde "nieuwe vormen van toerisme" vallen onder te brengen in de term duurzaam toerisme. Deze term is direct terug te voeren naar het concept duurzame ontwikkeling die voor het eerst werd gedefinieerd in het Brundtland rapport als: "A process of change in which the exploitation of resources, the direction of investments, the orientation of technological development, and institutional changes are made consistent with future as well as present needs" (1987: 8). Inmiddels is de term duurzaam toerisme zo vaak te horen dat het een soort modewoord is geworden. In 2002 lanceerde de WTO het ST-EP programma wat staat voor *Sustainable Tourism-Eliminating Poverty*. Dit programma wordt inmiddels op verschillende plaatsen in de wereld toegepast en richt zich voornamelijk op armoedebestrijding (*pro poor tourism*) en sluit direct aan bij de Millenniumdoelstellingen om armoede in de gehele wereld tegen te gaan. Op de website van WTO omschrijft het hoofd van de *Technical Cooperation Service* van de WTO, die de afzonderlijke ST-EP projecten uitvoert het doel als volgt:

The ST-EP projects are aimed at developing community based tourism that offers support at grass roots level, bringing social and economic benefits to the local people. [...] The objective is for these people

---

<sup>9</sup> [www.managingchange.com](http://www.managingchange.com).

to participate in the entire development process, and for them to benefit from the jobs created by tourism, especially in the case of women and young people.<sup>10</sup>

In 2002 werd \$500.000 dollar voor verschillende projecten uitgetrokken en in 2007 werden vele nieuwe projecten ingediend. De missie van de WTO is om de afzonderlijke lidstaten te ondersteunen in het ontwikkelen van de toerisme-industrie die kan leiden tot sociaal-economische vooruitgang die “*socially acceptable, economically beneficial and environmental sustainable*” is. Op de website verwoorden zij hun richtlijnen in zeven punten, namelijk:

1. Build up a stronger, healthier and more efficient tourism sector
2. Optimise socio-economic benefits of tourism
3. Alleviate poverty at the grass-root level
4. Promote sustainable livelihoods
5. Preserve, conserve and enhance cultural and natural heritage
6. involve local communities in the development process
7. Foster public-private partnerships

Hoewel de WTO interessante idealen heeft en ongetwijfeld goed werk verricht, blijven de ideeën over toerisme topdown, namelijk vastgesteld door deze grote organisatie. Terwijl ze zeggen te kijken naar het grass-roots niveau, leggen ze in hun richtlijnen toch de nadruk op het behoud van cultuur, wederom van bovenaf bepaald. Ook UNESCO heeft een programma voor duurzaam toerisme. Dit programma streeft na om erfgoedsites voor toekomstige generaties te behouden en gebruikt toerisme om bij te dragen aan de bescherming van het milieu, beoogt negatieve sociaal-economische gevolgen te limiteren en beoogt lokale mensen economisch en sociaal te laten profiteren. Net als de WTO pleit UNESCO voor het behoud van cultureel erfgoed en beide organisaties pleiten voor een participatie van de lokale bevolking die weer zou kunnen leiden tot een bewustzijn van hun erfgoed waardoor ze het zouden willen behouden. Bovendien zou toerisme en het daarmee gepaard gaande behoud van cultureel erfgoed kunnen leiden tot een gevoel van trots.

In 2005 bracht de WTO samen met de United Nations Environment Programme (UNEP) voor het eerst samen een publicatie uit: *Making Tourism more Sustainable: a Guide for Policy Makers*. Het doel van deze publicatie was om een raamwerk voor duurzaam toerisme te verschaffen. De publicatie is vooral op overheden gericht, zowel op nationaal als lokaal niveau maar volgens de WTO zouden alle stakeholders in de toerisme-industrie kunnen profiteren van een duurzame benadering. Overheden zouden echter een leidende rol moeten spelen en zouden een omgeving moeten verschaffen die de private sector, toeristen en andere stakeholders aanmoedigt aan duurzaamheidsvragen te beantwoorden. Dit zou het best bereikt kunnen worden door voor de ontwikkeling van toerisme en het management ervan een set richtlijnen en maatregelen te ontwikkelen en te verwezenlijken waarbij duurzaamheid centraal staat, aldus de WTO.<sup>11</sup> Hoewel ik de richtlijnen van de WTO en UNESCO niet wil bekritisieren, zijn er wel wat kanttekeningen te plaatsen. Deze zijn met name gericht op wat er in de praktijk op de lokale niveaus gebeurt in een toerisme context. Bovendien is het beleid gericht op specifieke sites en toeristische gebieden beslaan een veel groter oppervlak dan de 830 sites die de UNESCO telt.

De term duurzaam toerisme is weinig precies. De meest belangrijke kritische vragen die in mijn ogen gesteld kunnen worden zijn: voor wie is toerisme duurzaam? En wat betekent duurzaam toerisme eigenlijk voor mensen op het lokale niveau waar toeristen immers ontvangen worden? Weten deze mensen eigenlijk wat duurzaamheid betekent? En kennen zij de term überhaupt wel? Er zijn auteurs die onderkennen dat er behoorlijke gaten zitten in het beleid van duurzaam toerisme. Zo bleek uit een studie die Lumsdon en Swift hebben gedaan dat ondanks dat (Latijns-Amerikaanse) overheden mooie ideeën over duurzaamheid hebben, de focus van hun geprojecteerde strategieën nog altijd op financiële en promotiezaken ligt en dat duurzaamheid minder belangrijk is. Ook merken zij op dat duurzame ontwikkeling bij veel Latijns-Amerikaanse overheden wel in de plannen staat maar in de praktijk weinig tot uiting komt. Zij constateerden dat er een grote kloof is tussen beleidsplannen en implementatie (2001: 206-207).

---

<sup>10</sup> [www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org).

<sup>11</sup> [www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org).

### 1.5. TOERISME IN LATIJNS AMERIKA

Veel van de eerder genoemde positieve en negatieve effecten van toerisme en de nieuwe visies die in de loop der tijd zijn ontwikkeld, zijn toepasbaar op toeristische locaties in ontwikkelingslanden en zijn van toepassing op veel landen in Latijns-Amerika. Voor veel toeristen is Latijns-Amerika een aantrekkelijk continent om te bezoeken. Zowel voor natuur als cultuur valt er veel te ontdekken en ervaren. Ook binnen afzonderlijke landen zijn er grote verschillende aspecten om te ervaren. Een overeenkomst tussen de meeste Latijns-Amerikaanse landen is dat de centrale overheden van deze landen rond 1960 toerisme gingen zien als een belangrijke bijdrage voor de economie (Lumsdon & Swift 2001: 30). Tussen 1980 en 1996 steeg het aantal aankomsten in Zuid-Amerika met 5,9 procent (WTO 1999). In 2004 bezochten ruim zestien miljoen toeristen het continent en in 2005 was er een groei van dertien procent ten opzichte van het voorgaande jaar. De prognoses zijn dat het toerisme tussen 2007 en 2020 zal blijven toenemen.<sup>12</sup> Behalve dat de overheden van de meeste Latijns Amerikaanse landen toerisme allemaal wilden stimuleren, onder andere ook om een deel van hun buitenlandse schulden af te kunnen lossen,<sup>13</sup> richten zij zich vooral op korte termijn ontwikkelingen, ongeacht de mogelijke negatieve effecten die toerisme op de lange termijn zou kunnen hebben (Lumsdon & Swift 2001: 45-46). Wat het beleid betreft kan gezegd worden dat dit, net als in andere ontwikkelingslanden overigens, tot de jaren negentig vooral door overheden werd bepaald. Pas in de jaren negentig, toen de meeste Latijns-Amerikaanse landen een economisch neoliberal karakter kregen, kwam hier verandering in. Veel sectoren gingen privatiseren, waaronder ook de transport en hotelsector die centraal staan in het toerisme. Het werd voor buitenlandse investeerders ook aantrekkelijker om te investeren in de regio (Lumsdon & Swift 2001: 62) Dit betekent niet dat overheden niet meer belangrijk bleven in toeristische ontwikkelingen maar wel dat de privé-sector in toenemende mate bepaalt wat er in de planning en management gebeurt. Verder merken Lumsdon en Swift op dat er een grote kloof bestaat tussen beleidsplannen en wat er daadwerkelijk gebeurt binnen de ontwikkeling van het toerisme op het lokale niveau waar de toeristen ontvangen worden (Lumsdon & Swift 2001: 54-59).

Dat ook binnen Latijns Amerika meer wordt gereisd en dat het intra-regionaal toerisme groeit, kan het gevolg zijn van een toegenomen politieke stabiliteit, de gestegen levensstandaard van stedelingen, lagere luchtvaartprijzen en de verschillende vrijhandelszones die in de jaren negentig in de regio gecreëerd zijn, zoals bijvoorbeeld Mercosur (Lumsdon & Swift 2001: 40-41). Er moet wel worden opgemerkt dat tussen de armere landen zoals Peru, Bolivia en Ecuador minder interregionale stromen bestaan dan tussen de rijkere landen zoals Argentinië, Uruguay en Chili. Feit blijft wel dat een geschatte tweederde van de totale bevolking van Latijns Amerika en het Caraïbisch gebied niet over de mogelijkheden beschikt om te reizen. Wel zijn er in verschillende Latijns-Amerikaanse landen sinds enige tijd mogelijkheden voor "sociaal toerisme", een concept waarbij intern toerisme mogelijk wordt gemaakt voor dat deel van de bevolking dat economisch het slechtst af is, zodat zij ook kunnen ervaren wat vrije tijd en toerisme is. Een voornaam doel van deze vorm van toerisme is bewustwording van het eigen land en educatie. Ook hier moet helaas geconstateerd worden dat niet iedereen van deze vorm van toerisme kan profiteren (Getino 2002: 241-247).<sup>14</sup> Hoewel toerisme over het algemeen genomen een gunstige invloed heeft op de economie van Latijns-Amerikaanse landen, moet er worden opgemerkt dat er een ongelijkheid bestaat in de verdeling van de grootste voordelen. De grote steden en *integrated resorts* blijven de grootste profiteurs en er zijn ook verschillen zichtbaar tussen de af-

---

<sup>12</sup> Hierbij moet worden opgemerkt dat meest gebruikte indicators voor de cijfers "aankomsten" of aankomsten bij de grenzen zijn en dat deze statistieken geen onderscheid maken tussen mensen die slechts één nacht blijven of langer of mensen die migreren (ook al is het eigenlijk verplicht om hun toeristenvisum te hebben). Bovendien worden de cijfers in elk land volgens verschillende richtlijnen geregistreerd. Dit verklaart waarom verschillende instanties ander cijfermateriaal hanteren (Getino 2002: 145-146).

<sup>13</sup> De meeste Latijns-Amerikaanse landen hebben gigantisch hoge buitenlandse schulden.

<sup>14</sup> Ik vraag me wel af hoe betrouwbaar deze data zijn omdat het afhangt van wie als reiziger of toerist wordt gedefinieerd en wie niet en ook hangt het af van hoe er bij de grenzen geteld en geregistreerd wordt. Zo weet ik bijvoorbeeld dat er dagelijks veel mensen uit Peru de grens overgaan naar Bolivia om hun producten te verhandelen (denk aan souvenirs) en dat zij vaak niet opgeven wat hun motivaties zijn om de grens over te gaan.

zonderlijke landen: de armste landen trekken minder investeringen op toerismegebied aan dan hun buurlanden die economisch beter af zijn (Lumsdon & Swift 2001: 35). Over het soort toerisme kan gezegd worden dat in Latijns Amerika net als in de rest van de wereld er steeds meer reizen worden aangeboden, waarbij de nadruk zowel op de natuur ligt als op contact tussen de toeristen en de oorspronkelijke bewoners (Lumsdon en Swift 2001: 102). Net als in de rest van de wereld groeit de variatie in het toeristische aanbod en vanaf het begin van de jaren negentig werd ecotoerisme een steeds vaker gehoorde term.

## CONCLUSIE

In dit hoofdstuk heb ik een overzicht geschetst van de opkomst van toerisme in de wereld, de verschillende soorten toerisme en toeristen die onderscheiden worden en de ideeën die in de loop der tijd over het onderwerp zijn ontstaan. Dit is slechts een fractie van wat er allemaal over het thema verschenen is maar het biedt wel een raamwerk voor de rest van deze studie. Omdat dit hoofdstuk ter achtergrondinformatie is geschreven en als theoretisch-historische basis dient, kwam PISAQ nog niet aan bod. De ontwikkelingen, ideeën en begrippen die in dit eerste hoofdstuk in vogelvlucht de revue zijn gepasseerd en misschien erg algemeen lijken, zullen in de rest van de studie gekoppeld worden aan de lokale context. Door de verschillende stromingen in het denken over toerisme in de wereld, in de wetenschap en in het bijzonder in de culturele antropologie te beschrijven, heb ik in dit hoofdstuk geprobeerd om een overzicht te creëren van de “context” en tevens van mijn plaats hierin. Het moge duidelijk zijn dat er ontzettend veel gedachten en stromingen zijn en net als met zoveel thema’s, is er in mijn ogen geen goed of fout. Dit is waar wederom de behoefte aan het bestuderen van lokale contexten naar voren komt. Of toerisme positieve of negatieve effecten heeft, is afhankelijk van waar het toerisme plaatsvindt, wie het definieert en wat de lokale politieke, sociaal-culturele, en economische contexten zijn. Ik besef dat gezien mijn visie dat alles van de context en de situatie afhangt ik mij niet sterk kan positioneren maar ik zal door een lokale context uit te diepen, proberen te bewijzen dat een zwart-wit (positief-negatief) benadering niet realistisch is. Zelfs op lokaal niveau bestaan er verschillende contexten en zijn er allerlei spanningen tussen wat voor de ene actor een positieve en voor de andere actor een negatieve uitwerking is.

Ondanks dat ik voorzichtig ben met het trekken van conclusies, omdat in mijn ogen eerst de lokale context bestudeerd moet worden, kunnen er op basis van literatuurstudie wel een aantal conclusies getrokken worden. In de literatuur overheerst de gedachte dat het toerisme de economieën van ontwikkelingslanden helpt ontwikkelen en dat het ervoor kan zorgen dat cultureel erfgoed bewaard blijft en meer gewaardeerd wordt. We hebben echter ook gezien dat er vele kanttekeningen zijn te plaatsen bij de industrie. Overheden, ontwikkelingsorganisaties en wetenschappers hebben hun hoofd hierover gebogen. Toerisme kan misschien wel gezien worden als een schone industrie vergeleken met andere industrieën maar er kleven veel neveneffecten aan. In navolging van andere auteurs zie ik toerisme als een hoogst kwetsbare industrie. Niet alleen zijn landen die toeristen ontvangen kwetsbaar voor imagovorming, er hoeft maar iets te gebeuren of de toerisme-industrie stort in. In de huidige mondialiserende wereld komt het nieuws, en vooral negatief nieuws, heel snel aan bij toeristen waardoor hun wens tot reizen kan veranderen. Oorlogen, guerrillabewegingen, natuurrampen, epidemieën, economische crisis en terroristische aanslagen zoals die van 11 september 2001 kunnen toeristische gedrag aanzienlijk veranderen.<sup>15</sup> Veel toeristische bestemmingen in de Derde Wereld zijn onderling uitwisselbaar. Cliënten kunnen makkelijk een nieuwe route krijgen van de organisatoren van de reis waardoor veel mensen zonder werk komen te zitten en er onderbezetting kan ontstaan op de oorspronkelijke locatie.<sup>16</sup> We zagen ook hoe toerisme in de Derde Wereld nog veel grotere gevolgen heeft dan in het westen. De toerisme-industrie werd vanaf de jaren zeventig als grote “redder” gezien en als belangrijke hulp om de armoede in grote delen van de wereld tegen te gaan. Later werden er echter steeds meer kanttekeningen bij gezet en stelden steeds meer mensen de vraag wie er nou eigenlijk van het toerisme profiteert. Vanaf de jaren tachtig werd er steeds meer nagedacht en geschreven over de culturele gevolgen van toerisme en werd er geschreven over het contact tus-

---

<sup>15</sup> Zie ook hoofdstuk acht van Lumsdon & Swift 2001, Getino 2002: 14-15, van Beek 2003: 252-253.

<sup>16</sup> Onder andere. Crick 1989: 315.

sen verschillende culturen, over neokolonialisme, over commodificatie van cultuur en de demonstratie-effecten die dit tot gevolg kon hebben.

Wat de ontwikkelingen van het toerisme als thema in de culturele antropologie betreft kan gezegd worden dat deze wetenschap zich vrij laat voor het thema is gaan interesseren. Dit heeft zoals we zagen deels te maken met het feit dat antropologen om verschillende redenen zich niet erg voor het thema interesseerden en deels doordat cultureel toerisme vooral de laatste dertig jaar steeds populairder is geworden en dus ook grotere repercussies heeft. Een van de meest besproken thema's binnen de sociaalculturele wetenschappen over toerisme is authenticiteit. In dit hoofdstuk heb ik proberen duidelijk te maken dat er veel over wordt geschreven en dat authenticiteit een begrip is dat de basis vormt in de beeldvorming bij zowel toeristen, reisbureaus als lokale bewoners. De literatuur over het thema suggereert mij echter dat authenticiteit weinig meer lijkt dan een commerciële term waarop toerisme voor een groot deel wordt gebouwd en dat de daadwerkelijke invulling van het begrip *in the eye of the beholder* ligt. De meeste (culturele) toeristen zijn op zoek naar authenticiteit en mensen die in de toerisme-industrie werken proberen zoveel mogelijk elementen van een cultuur als authentiek te bestempelen omdat het verkoopt. Of deze strategie werkt heeft te maken met enerzijds de overtuigingskracht van de "verkopers van authenticiteit" en anderzijds met wat de eventuele "kopers van authenticiteit" *in the mind* hebben. We zagen dat of een *staged performance* als authentiek wordt gezien, te maken heeft met de interactie tussen publiek en acteurs frontstage en met de wijze waarop er betekenis aan wordt gegeven *in the mind*. Ondanks alle kritiek is toerisme duidelijk voor een belangrijk deel gebaseerd op de wisselwerking tussen publiek en acteurs omtrent *staged authenticity*. Het is persoonsgebonden of een *performance* authentiek is voor toeristen en dit hangt dus af van de wijze waarop de *performance* op individueel niveau, *in the mind* van de toerist betekenis krijgt.

In de loop der tijd is men, zowel in de toerisme-industrie als in de wetenschap steeds meer over het thema toerisme gaan nadenken en schrijven en kwam men tot de conclusie dat om zo min mogelijk schade aan te richten in toeristische gebieden, er nieuwe vormen van toerisme moesten komen. Kleinschalig toerisme, eco-toerisme en duurzaam toerisme zijn termen die steeds vaker werden gehoord en tegenwoordig is duurzaam toerisme in de mode. Er bestaan op wereldniveau allemaal mooie ideeën om de toerisme-industrie zo duurzaam mogelijk te maken zodat toekomstige generaties toeristen nog zo lang mogelijk van bestemmingen kunnen genieten en zodat de hosts die toeristen ontvangen in de toekomst ook nog van de industrie zullen kunnen leven. We zagen echter ook dat de richtlijnen voor duurzaam toerisme nog steeds door enorme organisaties op macroniveau worden opgesteld en er in de praktijk blijkt dat er een kloof bestaat tussen dit macro niveau en alle verschillende microniveaus. Kortom, toerisme is een zeer complex fenomeen met veel effecten. In de rest van deze studie zal ik proberen om te beschrijven hoe op een kleine lokale bestemming de lokale bevolking denkt over de veranderingen die zij hebben gezien in het verleden en waaraan zij tegenwoordig nog steeds onderhevig zijn. Er zijn genoeg analyses over wat voor effecten toerisme heeft en veel auteurs hebben hun zorg uitgesproken maar feit blijft wel dat toerisme nu eenmaal bestaat. Een vraag die volgens mij interessant is en relevant is hoe mensen op een lokaal niveau omgaan met toerisme en hoe zij de betekenis geven aan hun cultuur binnen veranderende contexten.