



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.

RESUMEN EN ESPAÑOL

En *Het Pisaq Theater (El Teatro de Pisaq)* se ofrece a los turistas una representación que responde a un sentimiento de autenticidad. *El Teatro de Pisaq* es un estudio etnográfico que describe cómo la gente de un pueblo de los Andes peruanos se presentan a los turistas y cómo viven su cultura. El turismo ocupa un lugar prominente en el mundo globalizante actual. Esto tiene importantes consecuencias tanto a grande, como a mediana y pequeña escala y ha dado lugar a un gran número de debates a diferente nivel y desde diversas perspectivas y disciplinas. Una cosa que se suele echar de menos en obras sobre el turismo son las perspectivas locales. En *El Teatro de Pisaq* los comportamientos y pensamientos de la población local se convierten en el centro de la cuestión. Sus voces en el *grassroots level*, donde se recibe a los turistas y las que normalmente no son escuchadas forman la base de esta tesis doctoral.

Al hacer uso de la metáfora del teatro de Irving Goffman y de las ideas sobre modelos culturales de Brad Shore se plantearán respuestas a las preguntas sobre cómo la gente de Pisaq utilizan modelos culturales como estrategia de ingresos, qué significado le dan ellas a los modelos culturales y a qué conclusiones sobre la sostenibilidad del turismo puede llevarnos. La metáfora es un instrumento adecuado para encuadrar los procesos complejos que acontecen en el Pisaq turístico. En esta tesis se pondrá de manifiesto cómo los habitantes de Pisaq y las comunidades de montaña adyacentes presentan a los turistas ciertas partes de su cultura y cual es la diferencia entre estas presentaciones *frontstage* y las vivencias o significaciones *backstage*. Aunque se suele pensar que a nivel local las personas pierden “su cultura y su identidad” por culpa de la industria del turismo, al dar la palabra a la gente local y echando un vistazo a su vida *backstage*, se ha probado que existen muchas dimensiones diferentes de cultura e identidad. Mientras que a primera vista pudiera parecer que a los Piseños y comuneros sólo les interesa la comercialización de su cultura, en el *backstage* resulta que muchos esquemas aún son de primera importancia.

Cada vez se mira más entre bastidores a la parte de significación que se desarrolla *in the minds* de Piseños y comuneros. Se plantearán de forma extensa las presentaciones y los pensamientos sobre el *frontstage*, el lugar donde se encuentran turistas y la población local, y las acciones e ideas *backstage*, el lugar donde se junta la población local y a donde normalmente no llegan los turistas. Naturalmente las fronteras entre los diferentes escenarios están abiertas y se mueven de manera permanente. La forma en que esto es expresado tiene que ver con qué tipo de actores (en los dos sentidos de la palabra) se encuentran en un determinado escenario y con los modelos y esquemas culturales que estas personas tienen *in the mind* (en la mente). Con el entendimiento del significado *backstage* de la cosmología, se puede comprender (en parte) como piensan y accionan los Piseños *in the world* (en el mundo). Las convicciones religiosas, bien sea fe en la naturaleza, en Dios o en las materias que predica la religión protestante, son esenciales para la alimentación de la identidad, la visión del mundo y la actuación en el Teatro y en todos los diferentes escenarios. El pensar y el actuar en el ahora sobre los diversos *frontstages* y *backstage* y los diferentes significados que se le da a ello, adquiere forma gracias a esquemas existentes desde hace tiempo y a la vez permanentemente cambiantes. En el *frontstage* la industria del turismo ha dado lugar a que los Piseños pongan énfasis en ciertos componentes de la creencia sincrética indígena y en el *backstage* los apus y la Pachamama actualmente son venerados para ganar dinero con el turismo y ya no solamente para una buena cosecha y por un ganado sano.

El tema de la autenticidad es el hilo conductor de la tesis. La autenticidad tiene su papel tanto para el público turista y las agencias de viaje, como para los actores que intentan corresponder a las expectativas de autenticidad ofreciendo una *performance* especial o una experiencia auténtica que dé satisfacción a los deseos de los turistas. En principio autenticidad es un concepto comercial sobre el que se fomenta una parte importante del turismo. La actual definición del término se encuentra *in the eye of the beholder* (depende quien lo vea). Las expectativas que de antemano tienen los turistas, determinan en gran parte lo que va a ser su *experience* (experiencia) de viaje y llevan a la topicalización y esencialización de la cultura. Pues “lo real”, “lo auténtico”, “lo tradicional” y “lo típico” encarnan nociones importantes en el tipismo establecido de antemano y en la experiencia en sí. De vez en cuando se crean nuevos “números” que pueden llevar a un mayor grado de autoestima y desarrollo económico para los actores y mediadores. El éxito de una *performance* en el Teatro de Pisaq depende de las expectativas y las *experiences* de turistas que son formados por el tipismo que les ofrecen de antemano diversos medios, por los

esquemas que estos turistas tienen *in the mind*, la manera en que intermediarios pueden influir sobre estos esquemas y la manera en que se ejecuta una *performance* en el Teatro.

La *performance* en sí compuesta por la población local. Los habitantes de Písaq y alrededores utilizan la cultura para adquirir unos ingresos de la industria turística a través de *performances*. En *El Teatro de Písaq* vemos la forma en que tiene lugar la *performance* sobre los escenarios a través de la presentación de artesanía, pero cómo a la vez en el backstage se le da significado a presentaciones de esta cultura material, sobre todo en la faceta económica. Píseños y comuneros utilizan estrategias verbales y no verbales para ofrecer una bonita actuación o un “show”. Al vestirse de forma tradicional, tocar música tradicional, usar o vender artesanía tradicional los Píseños intentan llamar la atención de los turistas. Así mismo, la gente de comunidades de montaña (casi siempre en la faceta de tejedoras y sacamefotos y mujeres con niños que se dejan sacar fotos a cambio de recibir una cantidad de dinero) y los vayaroc (autoridades indígenas) utilizan su identidad sobre los escenarios del Teatro de Písaq para dar a los turistas una *experience* auténtica.

Al echar un vistazo entre bastidores y acceder al backstage, vemos qué tipo de personas se esconden detrás de las caras risueñas y los actores magníficamente ataviados. Los escenarios están interconectados; la significación backstage está relacionada con la presentación frontstage al público turista. Está mostrado que las presentaciones frontstage no son representadas para la turistas solamente, sino que son muy importantes *in the minds* y en los corazones de Píseños y comuneros. A través de “presentaciones auténticas” de antes también se ofrece luz sobre lo que es importante para los Píseños de ahora y aunque el uso que se da a ciertos objetos de consumo y al ropaje cambien, *in the minds* siguen manteniendo un alto significado. Esto vale tanto para los objetos de consumo y la ropa, como para la cosmología y las fiestas como el Carnaval y la Virgen del Carmen. Resumiendo, el creciente sector turístico no implica el uso de la cultura simplemente como estrategia comercial y la obtención de significado sólo en ese sentido. Píseños y comuneros no pierden su identidad cultural por la llegada y el crecimiento del turismo, sino que estas fiestas tienen un gran significado backstage, *in the minds* de la población local y sólo se modifican en parte.

La identidad juega un papel importante en *El Teatro de Písaq* tanto en los diversos frontstages, como entre bastidores. En un sentido la identidad es la base para la gestión de impresiones por parte de los actores, pero en el backstage y sobre todo *in the minds* de los Píseños la constitución de la identidad, la autoimagen y la imagen que las personas tienen del otro definen en gran parte la *culture in the mind*. Por una parte el pasado inca del Perú es idealizado, la parte frontstage del teatro de Písaq está construido sobre él y muchos Píseños están orgullosos de las cosas que exhiben. A la vez que esto hay un sentimiento de vergüenza que sale a la luz sobre todo en el backstage, fuera de vista para los turistas, *in the minds* de Píseños y comuneros. Para poder entender por qué Píseños y comuneros “actúan” de una forma determinada y por qué dan o no dan significado a estas *performances* en el backstage, se ha mirado de qué se nutren estas acciones. Su fundamento se encuentra en un continuo existente desde hace tiempo entre el indio y el mestizo, basado para la región de Písaq en el lugar de origen. Aparte de eso resultó determinante más que nada el escenario sobre el que se encuentra un individuo en un momento preciso. No son tanto las categorías étnicas, impuestas desde arriba las que determinan la manera en que se desarrolla una acción sobre un escenario, frontstage o backstage, sino los esquemas culturales subyacentes *in the minds* de las personas. En esta tesis se expone de manera detallada cómo en las fabricaciones de identidad de los Píseños, sentimientos de orgullo y de vergüenza son esquemas importantes, que influyen en los pensamientos y sentimientos respecto a sí mismos, pero también respecto a otras personas.

Hemos visto cómo el turismo ha dado origen a un mayor grado de concienciación sobre la identidad en el Teatro y ligado a ello a un mayor grado de concienciación sobre el patrimonio cultural. A su vez esta concienciación conlleva a un continuo de orgullo-vergüenza en el que los Píseños por una parte están orgullosos de su pasado inca (rara vez no idealizado) y por la otra se sienten inferiores a estos mismos “grandes antepasados sabios”. Existen también sentimientos de vergüenza respecto a “otros Píseños” que gracias a la llegada del crecimiento de las oportunidades económicas traídas por la industria del turismo supuestamente se han vuelto presuntuosos y respecto a la mentalidad de los jóvenes y la influencia colonizante de España, supuestos causantes de la pérdida de la cultura Píseña. Paralelamente se ve un sentimiento de superioridad

hacia los comuneros, aunque formen una parte esencial de la *Pisaq-experience*. A su vez los comuneros en general se sienten orgullosos de su presentación frontstage. Aunque por otra parte en visitas inesperadas backstage los comuneros se sienten avergonzados de su ropa y de sus pobres viviendas. Resulta interesante comprobar cómo los actores del Teatro de Pisaq intentan en la medida en que les es posible alejar las tensiones y los conflictos del frontstage, ya que estos podrían dañar la imagen de Pisaq. Todas las tensiones internas sobre la identidad y las tensiones externas entre todos los diferentes actores sobre la identidad y otras cuestiones que acontecen sobre todo en el backstage e *in the minds* de los actores, en realidad existen desde hace mucho tiempo y gracias al crecimiento del turismo estas se han desarrollado. Se hacen más grandes porque desde la parte interrogante, desde el frontstage, hay una especie de presión para hacer que Pisaq aparezca como un pueblo armonioso y auténtico con habitantes amables y auténticos. En esta imagen idealizada frontstage no existe lugar para las tensiones que puedan aparecer backstage.

En la última parte de la tesis todas las presentaciones, vivencias y significaciones se unen en ideas para el futuro. Actores e intermediarios del Teatro de Pisaq resultaron reflexionar mucho sobre el futuro y sobre el papel que jugará en este el futuro. Al encuadrar las voces locales de las *minds* de los actores del Teatro de Pisaq y describir las *performances* comunes en la plaza, han sido tratados extensamente criterios pertenecientes al *grass-roots level* y se ha puesto de manifiesto que la cultura y el pensamiento sobre ella en el Teatro de Pisaq están muy lejos del estaticismo, sino que se encuentran constantemente en movimiento y se centran en conseguir mejoras. Existe el deseo de desempeñar parte de las ideas *in the mind*, para que se puedan crear mejores escenarios en el frontstage y un mejor área vital en el backstage. En animadas discusiones emergen tensiones entre el afán de modernidad y la presentación o *performance* de la tradición. Resultó que había una preocupación por la pérdida de bellas costumbres, tradiciones, valores, por las cuales se recuperan determinados modelos culturales o para que se mantengan para las generaciones futuras. Estos nuevos deseos no sólo son importantes por el significado backstage *in the mind* para la gente local, sino que pueden llegar a tener significado frontstage para el público turista, lo que a su vez puede traer beneficios económicos para los actores. Para las comunidades de montaña el turismo supone una atractiva alternativa para la agricultura, que es atacada por diversos problemas. Aquí también se emplean principios y tradiciones del pasado para labrar un futuro mejor. Vemos cómo en algunas áreas se dan pasos considerables para inmiscuirse en el turismo y cómo en áreas donde aún no se trabaja mucho en el turismo, existe el deseo de desarrollar un mayor número de oportunidades turísticas para el futuro.

Las opiniones sobre *cómo* tendría que ser Pisaq en el futuro difieren, pero casi todos los actores desean que la región sea atractiva tanto para los turistas, como para ellos mismos lo que hace que crezca su autoestima. Las personas también se dan cuenta de que hay que invertir en el medioambiente porque esto hace al pueblo más atractivo para visitantes, pero también porque puede influir positivamente en su propia calidad de vida. Así podría nacer un ecoturismo que se podría combinar con el turismo – más que nada cultural – ya existente. Lo que comparten todos los planes de futuro son el deseo de crear un bonito Teatro para si mismos, pero sobre todo para el público turístico. Todos los planes ponen el énfasis en la impresión que se quiere dar a los turistas. Se trata de la gestión de impresiones frontstage y el sentido económico que tiene esto backstage. Ideas backstage *in the mind* aparecen en segundo lugar. Algunos planes para el futuro de los Piseños y la autoridad local podrían resultar interesantes para turistas, pero otras ideas difieren de la *experience* deseada por turistas.

La tesis finaliza con la reunión de todos los planes y visiones sobre el futuro en una especie de definición local del futuro del Teatro de Pisaq que también se puede transformar en una definición local de la sostenibilidad. Aunque en Pisaq el término sostenibilidad prácticamente no se use, en las ideas sobre el futuro sí hay elementos que se pueden vincular al debate mundial sobre la sostenibilidad. La sostenibilidad es un asunto complejo inventado por el mundo occidente e normalmente implementado desde arriba. Sin embargo, en cuanto al contenido muestra similitudes con la manera de pensar sobre el futuro a nivel local. Un Pisaq sostenible entrañaría “un buen futuro” y un flujo constante o mejor aun en aumento de turistas hacia la región. Estos turistas tendrían así mismo mucho dinero que gastar en disfrutarían de las frontstage *performances*. Ello convertiría en innecesaria la migración y generaciones futuras podrían seguir viviendo en el pueblo. Se mantendrían los modelos culturales, el pueblo tendría un aspecto ordenado y

limpio sin que se contamine el medioambiente, y todos se beneficiarían económicamente. Por último, en el backstage se podría modernizar sin que eso causara problemas, es decir, sin que influenciara demasiado el *performance* para los turistas.