

SIT Graduate Institute/SIT Study Abroad

SIT Digital Collections

Independent Study Project (ISP) Collection

SIT Study Abroad

Spring 2019

La Estructura Neo-Colonial del Turismo Espiritual en el Perú: las percepciones locales de quien controla la mercantilización del ayahuasca en Cusco

Andrea Aspajo
SIT Study Abroad

Follow this and additional works at: https://digitalcollections.sit.edu/isp_collection



Part of the [Development Studies Commons](#), [Indigenous Studies Commons](#), [Latin American Languages and Societies Commons](#), [Latin American Studies Commons](#), [Religion Commons](#), [Sociology of Culture Commons](#), [Tourism Commons](#), and the [Tourism and Travel Commons](#)

Recommended Citation

Aspajo, Andrea, "La Estructura Neo-Colonial del Turismo Espiritual en el Perú: las percepciones locales de quien controla la mercantilización del ayahuasca en Cusco" (2019). *Independent Study Project (ISP) Collection*. 3111.

https://digitalcollections.sit.edu/isp_collection/3111

This Unpublished Paper is brought to you for free and open access by the SIT Study Abroad at SIT Digital Collections. It has been accepted for inclusion in Independent Study Project (ISP) Collection by an authorized administrator of SIT Digital Collections. For more information, please contact digitalcollections@sit.edu.

La Estructura Neo-Colonial del Turismo Espiritual en el Perú:
las percepciones locales de quien controla la mercantilización del
ayahuasca en Cusco

ANDREA ASPAJO

Director Académico: Alex Álvarez

Asesor: Cristian Terry

Yale University

Ethnicity, Race and Migration

América Latina, Perú, Cusco

Presentado en cumplimiento parcial de los requisitos para el
Programa Perú: Pueblos Indígenas y Globalización SIT Study Abroad

Spring 2019

RESUMEN

Esta investigación aborda el tema del turismo místico/espiritual en la ciudad de Cusco enfocándose en los negocios de ayahuasca. Intenta comprender las percepciones locales de quien controla a los negocios de ayahuasca en Cusco. El trabajo analiza cómo el turismo, como las formas emergentes de emprendimiento de la industria del ayahuasca, participan en la continuación de la colonización económica de Latino América. Como principal metodología de estudio se utilizaron las técnicas cualitativas de la entrevista y la observación con preguntas abiertas a representantes de negocios de ayahuasca tanto como agentes gubernamentales. Los resultados se analizaron usando un marco teórico del poder para entender como los actores involucrados en los negocios de ayahuasca actúan dentro de este sistema. Los resultados indican que los negocios están en control de la industria de ayahuasca pero que hay falta de regulación de estos por parte del gobierno peruano. También se revela que hay una falta de involucración de los pueblos indígenas tanto en los negocios de ayahuasca como en la industria turística y que esto se debe a la falta de acción del gobierno peruano en defender los derechos y los intereses de esta población. Para poder imaginarnos a un Perú diferente, uno menos dependiente en los poderes occidentales, se sugiere que se debe tomar acción gubernamental para implementar una política de estado que se enfoque en respetar la población indígena peruana, tanto amazónica como andina, y brindarle el apoyo necesario. También se sugiere un turismo educado y un emprendimiento responsable que no propaguen las formas incorrectas en que imaginamos a los pueblos indígenas ya que estas formas continúan la opresión de esta población marginada.

Palabras claves:

Ayahuasca, Relaciones de poder, Etnicidad, Conocimientos tradicionales, Cusco, Turismo espiritual

ABSTRACT

This Investigation addresses the issue of mystical/spiritual tourism in the city of Cusco, specifically focusing ayahuasca businesses. It attempts to understand the local perceptions of who controls the ayahuasca businesses in Cusco. The paper analyzes how tourism and the emerging forms of entrepreneurship in the ayahuasca industry, participate in the continuation of the economic colonization of Latin America. As the main methodology, qualitative interviewing techniques and observation with open questions to representatives of ayahuasca businesses as well as government agents were used. The results were analyzed using a theoretical framework of power to understand how the actors involved in the ayahuasca business operate within this system. The results indicate that the businesses are in control of the ayahuasca industry but that there is a lack of regulation of these by the Peruvian government. It also reveals that there is a lack of involvement of indigenous peoples in both the ayahuasca business and the tourism industry and that this is due to the lack of action by the Peruvian government to defend the rights and interests of this population. In order to imagine a different Peru, one less dependent on Western powers, it is suggested that government action should be taken to implement a state policy that focuses on respecting the Peruvian indigenous population, both Amazonian and Andean, and provide the necessary support to empower them. It also suggests an educated tourism and a responsible entrepreneurship that does not propagate the incorrect ways in which we imagine the indigenous peoples since these forms continue the oppression of this marginalized population.

Keywords:

Ayahuasca, Power Relations, Ethnicity, Traditional Knowledge, Cusco, Spiritual Tourism

DEDICATORIA

Dedicado al Profesor Daniel Martínez HoSang quien creyó en mi y en mi capacidad de escribir aun en mis peores momentos. Gracias por creer en este proyecto y por darme la confianza que necesitaba para continuar con mis intereses académicos.

Dedicado también a todos los profesores del programa de Etnicidad, Raza y Migración en la universidad de Yale quienes luchan por darnos una educación con foco critico y quienes nos empoderan a cambiar el mundo.

RECONOCIMIENTOS

Quiero agradecer a todos los individuales que tuve el placer de entrevistar, gracias por su tiempo y gracias por discutir este tema conmigo. Muchas gracias particularmente a CAISAE y a la subdirectora del sector de Interculturalidad de la dirección regional del Cusco.

Estoy agradecida con el personal de SIT – Alex Álvarez, Sonia Fullerton Ana Hermoza, y Julia Catalán – quienes me apoyaron durante todo el semestre. Gracias a Alex por sus comentarios útiles sobre mi tema y mi ensayo. Un gran agradecimiento a Julia por saludarme todos los días con una sonrisa alegre y un cálido abrazo y hacerme sentirme bienvenida y querida siempre.

También les debo gracias a mi familia anfitriona por cuidarme con tanto amor, por llenar mis tardes con mucha risa y por hacerme sentir como parte de la familia. Mantendré todos los momentos especiales que pase con ustedes muy cerca de mi corazón. Los quiero mucho y los considero familia. Gracias especialmente a Kamila, la más adorable de todos, por ser una gran hermana y leer mi ensayo tantas veces, siempre dispuesta a ayudar.

Por ultimo, muchas pero muchas gracias a mi mamá, mi fan numero uno, que siempre se ofreció a leer mi trabajo y contribuir sus comentarios y correcciones también. Ha sido un placer tenerte como colega intelectual. Te admiro mucho.

TABLA DE CONTENIDOS

Página titular	1
Resumen	2-3
Dedicatoria	4
Reconocimientos.	4
Tabla de contenidos	5
Planteamiento	6
Justificación	6
Objetivo	7
Marco Teórico	7-9
Metodología	9-10
Revisión de la literatura	10-17
Contexto del estudio	17-18
Resultados y discusión	19-26
Análisis	26-32
Conclusiones	33-34
Bibliografía	35-36
Anexo	36

PLANTEAMIENTO

Como hemos discutido en clase, no es un secreto que en la última década el turismo en Cusco ha crecido exponencialmente. En esta área del Perú, el turismo ha llegado a ser un importante recurso económico, creando una industria floreciente que incluye una parte significativa de la población cusqueña. Dentro de esta industria turística ha emergido el fenómeno del turismo espiritual/místico y con este, el consumo popularizado del ayahuasca (Owen 2006). El ayahuasca es una bebida alucinatoria nativa de la amazonia, y completamente extranjera al Cusco hasta la llegada de la globalización después de los años 80 (Peluso 2016).

Como dice la doctora antropóloga socio-cultural, Daniela Peluso, la rápida mercantilización del ayahuasca la ha sacado fuera de su contexto cultural y ha creado un ecosistema emprendedor complicado que privilegia a unos más que a otros. La crítica de Peluso, afirma que el turismo espiritual impone estructuras coloniales; específicamente la contradicción que expone la industria del turismo de ayahuasca. Por un lado, el emprendimiento del ayahuasca refuerza la marginación de las comunidades indígenas, privilegiando a empresarios no locales, o en el peor caso, extranjeros. Pero al mismo tiempo, para poder vender el ayahuasca, afirma que lo valora como una práctica espiritual auténtica y tradicional a las comunidades indígenas.

Otros trabajos ISP sobre el ayahuasca han hablado sobre el ayahuasca y la cosmovisión indígena, la opinión de turistas occidentales sobre el uso, o la descripción de la presencia de este en el turismo místico de Cusco. A diferencia de estos proyectos, yo planeo abordar el tema de la ayahuasca a través de una crítica del poder. Me interesa aprender sobre el turismo místico del ayahuasca en Cusco de una manera que revele las varias estructuras de poder que sustentan a esta industria. Mi pregunta de investigación es: *¿cuales son las percepciones locales de la industria turística sobre quien controla el turismo místico del ayahuasca en la ciudad de Cusco?*

JUSTIFICACIÓN

Creo que este tema de ISP es relevante a la situación cusqueña hoy en día ya que la industria del turismo está creciendo y seguirá creciendo. Entre estos cambios es crucial encontrar formas que continúen brindando los servicios deseados mientras se empodera a las comunidades indígenas a través de la ganancia, el reconocimiento y el respeto. Veo este trabajo de ISP como parte de una mayor búsqueda de un modelo sostenible de turismo. Como revela Peluso, las formas emergentes de emprendimiento de la industria de la ayahuasca participan en la continuación de la colonización económica de Latino América. Para poder imaginarnos a un Perú diferente, uno menos dependiente en los poderes occidentales, uno que respeta a su población indígena y le aporta el apoyo necesario, es importante abordar los problemas actuales

que propagan las formas incorrectas en que imaginamos a ciertas poblaciones. Estas formas tanto de imaginar como pensar también continúan la opresión de estas poblaciones marginadas. Considerando el modelo actual del turismo, no creo que se pueda considerar un espectáculo, planeado, actuado, e inauténtico “educación cultural.” Este turismo contribuye a la propagación y continuación de estereotipos indígenas dañinos ya que atenta a congelar a una población en un período histórico y, por lo tanto, los priva de agencia en el mundo contemporáneo. Hay que considerar un turismo que sea educativo tanto históricamente como contemporáneamente.

OBJETIVO

Describir y analizar las percepciones locales de quien maneja y controla el turismo místico del ayahuasca en la ciudad de Cusco.

MARCO TEÓRICO

El objetivo del capítulo, “Theories of Power,” escrito por la Dra. Sadan, es delinear las teorías sobre el poder que existen y basadas en estas recomendar estrategias para la metodología de investigación para aquellos que investiguen el poder en el campo académico. La autora describe tres diferentes dimensiones del poder. En la primera dimensión, “El poder de A sobre B se manifiesta en la medida en que A puede hacer que B haga algo que B no habría hecho si no hubiera sido por A.” (Sadan, 1997 pp. 40) En esta dimensión el poder es muy evidente y se expresa en la manipulación de la voluntad. En la segunda dimensión, “El poder se manifiesta mediante el triunfo sobre los otros participantes en el proceso de toma de decisiones, pero también al evitar la toma de decisiones de unos para excluir a ciertos sujetos o participantes del proceso.” (Sadan, 1997, pp. 41) La manifestación del poder en esta segunda dimensión es menos obvia ya que se oculta detrás de procesos relacionados a la toma de decisiones, usualmente burocráticos. La Dra. Sadan enfatiza que en estas dos primeras dimensiones, se supone que los impotentes son plenamente conscientes de su condición. La jerarquía de poder es evidente para ellos y aunque a veces resulte en conflicto entre los estratos sociales, no tiene que ser una situación violenta necesariamente. Sadan critica esta suposición, llamando atención al hecho que existe la posibilidad que, “[...]las personas sin poder tengan una conciencia distorsionada que se origina en las relaciones de poder existentes.” (Sadan, 1997, pp. 41) Ella critica la superficialidad de esta suposición ya que se asume que las personas sin poder son complacientes con su situación y al reconocer su falta de agencia en un sistema social complejo, no toman iniciativas para cambiar sus condiciones.

Con esta crítica, Sadan revela la tercera dimensión del poder, la cual es la más difícil de identificar y la cual me intriga más como foco de análisis. Regresando a su inferencia de la existencia de una “conciencia distorsionada,” Sadan explica que la dificultad de identificar esta tercera dimensión tiene que ver con el hecho que estas personas están profundamente influenciadas por esta dimensión y toma mucho descubrir su existencia. En la tercera dimensión del poder, “B hace cosas que no habría hecho si no hubiera sido por A, porque A influye, determina y da forma a la voluntad de B.” (Sadan, 1997, pp. 42) Este fenómeno está escondido hasta tal punto que se puede manifestar este nivel de control sin conflicto. Estoy de acuerdo con el énfasis que la Dra. le pone a la profundidad que se requiere para estudiar críticamente el poder. Creo que es un recordatorio crucial, porque se corre mucho peligro al suponer que ciertas poblaciones son cómplices en la preservación de las estructuras de poder existentes. Al contrario, sería esta interpretación superficial la que de verdad contribuiría significativamente a la preservación de estas estructuras.

Sadan termina el capítulo sobre las teorías del poder con unas cuantas recomendaciones para la metodología de investigación. Principalmente enfatiza que el contexto es una parte inseparable del campo de investigación. Ya que en esta tercera dimensión la mayoría de los procesos son latentes, un análisis del comportamiento y observaciones de los individuos no es suficiente para comprender las relaciones de poder. Se necesita ampliar los conocimientos para evitar un análisis superficial y posiblemente engañoso. La Dra. Sadan dice que, “se requiere un estudio de los factores sociales e históricos que expliquen cómo se forman las expectativas humanas y cómo se forma la conciencia de los problemas de las personas.” (Sadan, 1997, pp. 42) La formación de la conciencia determina la manera en que, “se forman los significados y los patrones de acción que hacen que B crea y actúe de una manera que es útil para A y que es perjudicial para sí mismo,” (Sadan, 1997, pp. 43). Para poder realizar una investigación más profunda y efectiva la Dra. recomienda abordar una investigación al nivel de las “micro prácticas,” ósea, las actividades más rutinarias y cotidianas pueden revelar unos aspectos de cómo funciona el poder. La autora ofrece el ejemplo de analizar, “los mitos sociales, el lenguaje y los símbolos,” ya que observando los procesos de comunicación y como estos transfieren información se puede llegar a entender como se establecen normas sociales que dan legitimidad a los grupos dominantes.

METODOLOGÍA

Para esta proyecto, mis principales métodos de investigación fueron observaciones y entrevistas. La técnica de entrevista que use fueron entrevistas semi-estructuradas. En estas entrevistas, vine preparada con unas cuantas preguntas sobre temas específicos, pero tuve la flexibilidad de escuchar opiniones, historias, o ejemplos relevantes al contexto del turismo espiritual.

Conduje la mayoría de mi investigación en el Centro Histórico de Cusco. Escogí este lugar porque es una atracción turística, y porque los dos centros de ayahuasca que quiero investigar, Etnikas y CAISAE, se encuentran allí. Desde el comienzo, estuve consiente que las ceremonias de ayahuasca por o general, no se ofrecían en los locales en el centro. La mayoría de las ceremonias suceden en el valle sagrado, y inicialmente no creí que esto afectara mucho a mi investigación de una ya que mi objetivo nunca era observar las ceremonias. Mi objetivo fue averiguar las opiniones y las creencias de los proveedores, sean empresarios, gerentes, o supervisores.

Hice seis entrevistas en total. La primera mitad fueron con proveedores de ayahuasca y la segunda mitad fue con agentes gubernamentales. Originalmente, planeaba enfocarme solo en los centros de ayahuasca pero me intrigó la perspectiva gubernamental sobre este negocio creciente. Empecé queriendo explorar un poco el papel del poder oficial y quería saber si los derechos culturales están siendo custodiados por las instancias gubernamentales.

Mis entrevistas dentro del negocio de ayahuasca fueron en los dos centros de ayahuasca establecidos y una con un chaman informal. Visité los dos centros de ayahuasca, Etnikas y CAISAE. En Etnikas no pude hablar con el gerente como había planeado porque el se encontraba de viaje así que entreviste a una administradora encargada de reservas y operaciones. En CAISAE, entreviste al gerente principal. Encontré el chaman informal a través de una agencia de viaje.

Para las entrevistas gubernamentales, me enfoqué en los sectores de cultura y turismo. Entreviste al Gerente de Cultura, Turismo y Deporte de la Municipalidad de Cusco. Pude entrevistar a la Subdirectora de Interculturalidad que trabaja para el Ministerio de Cultura. Como representante de MINCETUR, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, entreviste a un licenciado de la Dirección Regional de Cusco. A todas las personas entrevistadas, les hice las siguientes preguntas:

Preguntas:

1. ¿Qué opinan del grado de involucración que tiene el gobierno peruano en la industria turística del ayahuasca en Cusco?
2. ¿Qué opinan del grado de involucración que tienen los pueblos indígenas en la industria turística del ayahuasca?
3. ¿Qué opinan de la mercantilización de la cultura? (El acto de vender y promocionarla)

4. ¿Usted cree que es posible brindarles facultad a los pueblos indígenas la vez que se vende su cultura?
5. ¿Quien diría usted que tiene el control de los negocios de ayahuasca en la industria turística Cusqueña? (el estado peruano por medio de la regulación, los empresarios, las agencias de viaje, los chamanes, las comunidades de donde vienen estos chamanes, los pueblos indígenas a quien pertenecen estos conocimientos)
6. Es valido hacerle publicidad al patrimonio cultural mientras no se respetan reconocer los derechos de sus descendientes más directos, los pueblos indígenas? ¿Qué opinan sobre esto?

A la vez que hice mis entrevistas, también aplicare la observación como un método de investigación. Ya que analizaré los hallazgos de mi investigación tras del foco del poder, até mi modo de observación a la identificación de como se crea y se transmite el poder en las micro practicas. En sus recomendaciones para el análisis del poder la Dra. Sadan sugiere observar los mitos sociales, el lenguaje y los símbolos que existen en el ámbito ya que es una forma de observar los procesos de comunicación y como estos transfieren información. Observando las formas y los métodos de comunicación e información espero llegar a entender como se establecen normas sociales que dan legitimidad a los grupos dominantes, en este caso, los que tienen poder de esta industria.

Después de haber hecho mis entrevistas, y las observaciones de campo, y haber anotado y grabado esta información en mi diario de campo, organicé estos datos, conectando las respuestas con las observaciones. Con mis hallazgos organizados, revisaré la literatura y analizaré mi trabajo en relación con las lecturas que expliquen los factores sociales e históricos del turismo místico en el Cusco para comparar el contexto ofrecido por las entrevistas al contexto académico. Terminaré analizando las opiniones de los proveedores de ayahuasca tras el foco de poder para llegar a una conclusión sobre donde se encuentra este.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

Introducción

La mayoría de los trabajos académicos se han enfocado en proveer un contexto histórico y social para el fenómeno del turismo espiritual, cubriendo temas como las perspectivas de los turistas y sus motivaciones para participar en el turismo espiritual. Es cierto que hay investigaciones que cubren más o menos la perspectiva de los proveedores del turismo espiritual sobre que papel juegan en este intercambio pero estos trabajos se han enfocado en los temas de la mercantilización, la apropiación o la autenticidad, los cuales me ofrecen un mayor entendimiento de la relación entre estos conceptos y el turismo espiritual. Sin embargo, no me

interesa conducir un análisis basado en estos conceptos, y de esta forma mi proyecto es diferente. Que yo sepa no existe una investigación que analice el turismo espiritual a través del lente del poder.

En esta revisión de la literatura sobre mi tema de investigación he dividido los puntos claves en cuatro secciones empezando con el contexto histórico y social y como este sienta las bases del neocolonialismo y el neoliberalismo que se encuentra en la industria turística de hoy. Segundamente, cubriré lo que se ha dicho de las perspectivas de los turistas y sus motivaciones para participar en el turismo espiritual. La tercera sección es una que encuentro esencial para mi proyecto ya que aborda la desproporción de poder dentro de la industria del turismo espiritual por medio de artículos que relatan el impacto de este en las poblaciones indígenas. Finalmente, terminaré discutiendo una de las posibles soluciones para balancear el poder dentro de la industria turista.

El neocolonialismo y el neoliberalismo

La tesis de maestría, “Spiritual Tourism as the New Colonialism: The Maintenance of Colonial Hierarchy in Cusco, Peru” escrita por Khrystyne Wilson (2017), explica como el turismo espiritual perpetúa los procesos coloniales que colocan a los indígenas en la parte mas baja de la jerarquía social. La autora define los conceptos del neocolonialismo y el neoliberalismo y los usa para demostrar como el turismo espiritual perpetúa los procesos coloniales en un mundo moderno, específicamente, el Perú actual. Wilson explica que el neocolonialismo es el control físico, aunque indirecto, de un país en desarrollo por medio del capitalismo, la globalización, y el imperialismo cultural. A diferencia de este, ella dice que la colonialidad es una ideología y puede ser auto infligida en vez de ser impuesta por una fuerza política externa más fuerte. La colonialidad se basa en una producción eurocéntrica de conocimiento, inicialmente desarrollada durante la colonización, la que atribuye valor a ciertas personas y grupos, mientras que margina a otros (Wilson 2017, pp.3-4). Para Wilson, los turistas espirituales toman el lugar de los españoles como colonizadores, con el poder de tomar decisiones como apropiarse de las creencias y prácticas Quechuas, y, a través de sus deseos de un indigenismo idealizado, impulsan a la industria del turismo en Perú a redefinir las prácticas indígenas peruanas para encajar con su idealización de un pueblo pan-indígena pacifico y espiritual.

El artículo “Global Ayahuasca: An Entrepreneurial Ecosystem,” escrito por la Dra. Daniela Peluso (2016), habla sobre los negocios de ayahuasca en un contexto neoliberal. Peluso explica que la experiencia y el conocimiento ancestral de los pueblos indígenas han sido el sello de las prácticas de ayahuasca. Basado en este contexto la autora analiza las lógicas capitalistas de

negocio desde una perspectiva crítica que se enfoca en a la situación post-colonial de Sudamérica y los legados del imperialismo. Ofrece un contexto del entorno social y político del Perú, explicando que el turismo en el Perú empezó a surgir después de la elección de Alberto Fujimori, un presidente muy conocido por sus tendencias neoliberales en la reestructuración de la economía peruana (Peluso, 2016, pp.208). El gobierno protegía y promovía la industria turística. Por ejemplo, “[...] la legislación peruana otorga cada vez más concesiones privadas para proyectos de conservación y ecoturismo.”¹ (Peluso, 2016, pp.208). Peluso argumenta que la situación política refleja apoyo al emprendimiento de ayahuasca, por medio de su apoyo a la industria turística en la amazonia. Relacionando los privilegios otorgados a compañías privadas por el gobierno peruano, la autora menciona, que el éxito de empresarios extranjeros o no locales esta demostrado por la capacidad de acceder al capital necesario para aprovechar estas oportunidades empresariales. Aquí entra la crítica de Peluso, al revelar que las formas emergentes de emprendimiento de la industria de la ayahuasca participan en la continuación de la colonización económica de Latino América en una forma que privilegia las ganancias y beneficios de los empresarios extranjeros² (Peluso, 2016, pp.215). Esencialmente es una forma del neoliberalismo infiltrando espacios culturales indígenas. Este privilegio se extiende a los consumidores occidentales. Las respuestas a la demanda de ayahuasca satisfacen las necesidades y deseos occidentales.

Las motivaciones del turista espiritual

Para su tesis de maestría, “Marketing Mysticism and the Purchase of Pilgrimage: The Rise of Spiritual Tourism in Cusco and Iquitos” Bonnie Jean Owen (2006) argumenta que el turismo espiritual es un cruce entre la peregrinación y el turismo y por eso emplea características de ambos. En el caso del turismo espiritual, los rituales sagrados se convierten en experiencias mercantilizadas y la cultura se vuelve un espectáculo y se vende a los turistas como una experiencia auténtica. La crítica de Owen hace entender que todo lo que tenga que ver con el turismo está construido de alguna manera u otra.

Owen explica las motivaciones turísticas y los deseos de estos consumidores examinando el cruce entre el turismo y el peregrinación para entender estas motivaciones y deseos mas profundamente. Ella define al turismo espiritual como, “...una forma comercializada de

¹ “...Peruvian legislation increasingly grants private concessions for conservation or ecotourism ventures.”

² “As such, the emerging forms of entrepreneurship and cosmopolitanism of the ayahuasca industry participate in an historically ongoing economic neo-colonization of South America in ways that privilege nonlocal profits and benefits.”

peregrinación contemporánea....”(Owen, 2006, pp.21). El caso de los Andes y la Amazonia peruana como destino atractivo para turistas espirituales tiene que ver con los sistemas de creencias indígenas tradicionales de las comunidades que han ocupado estas regiones por milenios. Owen afirma que en las últimas décadas estas creencias han sido transformadas y, “...construidos a través del sincretismo de los sistemas de creencias indígenas y mestizos locales con los ideales del movimiento de la Nueva Era que involucran un estilo de vida holístico, el cual integra el cuerpo, la mente y el espíritu.” (Owen, 2006, pp.33). Debido a esta “construcción,” de creencias la autora critica que aunque el mercado turístico vende la experiencias espirituales como “auténticas,” y “tradicionales,” esto no es demostrativo de la completa verdad.

En el caso de Cusco, Owen explica los aspectos de la ciudad que atraen a turistas espirituales aportando un contexto histórico a los movimientos sociales y políticos del *Indigenismo* y el *Incanismo* durante el siglo diecinueve. El movimiento del *Indigenismo* creó, “...una visión pacífica, glorificada y democrática de las culturas indígenas peruanas...” mientras la imagen del *Incanismo* fue glorificada por medio de la, “... creación de mitos incas que vinculaban a los incas y sus descendientes mestizos con los poderes espirituales de la Tierra,” (Owen, 2006, pp.36-37). Owen critica estos dos movimientos porque fueron basados principalmente en, “...lo que los mestizos, y en gran parte los intelectuales urbanos entendían a ser formas culturales indígenas,”(Owen, 2006, pp.36). De esta forma el *Indigenismo* y el *Incanismo* contribuyeron a la negación de la agencia indígena y por eso Owen argumenta que estos dos movimientos contribuyeron a la creación de una imagen indígena “construida.” Se aplica gran énfasis en el aspecto de “construcción” por que este en si denomina la imagen indígena promovida por el turismo como inauténtica.

Debido a esta imagen indígena construida, los turistas espirituales se encuentran sumamente atraídos al Cusco, ya que asumen que la ciudad y los sitios arqueológicos que la rodean, tiene lazos fuertes a lo espiritual, lo auténtico, y lo nostálgico. Owen aclara que estas tres cualidades son las que ellos perciben esenciales para una experiencia curativa.

El impacto en los pueblos indígenas y la desproporción del poder

En el artículo de Rachel Proctor, “Tourism Opens New Doors, Creates New Challenges, for Healers in Peru,” (2001), Proctor explica como la comercialización de la ayahuasca ha llevado la curación tradicional a una coyuntura decisiva que podría resultar peligrosa. La autora comenta que con el aumento de la demanda de ayahuasca, los ingresos que trae el turismo espiritual podría permitir a los chamanes superarse económicamente mientras continúan tratando a los miembros de la comunidad por poco o nada, pero también podría permitir que unos pocos

chamanes privilegiados abandonen sus comunidades por una vida más próspera en ciudades turísticas debido a la demanda del ayahuasca (Proctor, 2001, pp.2).

En este caso pienso que el chamanismo de ayahuasca contribuye a un proceso local de estratificación en el cual se asigna un valor monetario a ciertas prácticas tradicionales en oposición a otras y esto hace que los miembros de la comunidad más vinculados al turismo de la ayahuasca experimenten un "desarrollo" (en términos de ingreso al mercado capitalista), aun nivel más acelerado. Aquí, la desproporción del poder se observa directamente en la distribución desigual del dinero y de los servicios, teniendo en cuenta la naturaleza más colectiva de los pueblos indígenas, así como el hecho de que esta práctica se ofrecía tradicionalmente a la comunidad con fines curativos. Si profundizamos el análisis del poder, se nota que esta desproporción va más allá y está relacionado con el poder del turista. Como explica Wilson, el poder neocolonial del turista, lo permite asignar valor a ciertas cosas, mientras margina a otras, y en este proceso influencia a la industria del turismo a redefinir las prácticas indígenas, valorando a unas más que a otras. A largo plazo esta influencia neocolonial del turista podría resultar en una consciencia distorsionada para el indígena en respecto al valor de sus prácticas y la forma correcta de distribuir los ingresos del turismo.

Proctor aborda la existencia de este vasto poder neocolonial, neoliberal al demostrar las amenazas pasadas a la propiedad comunal del ayahuasca describiendo el deseo externo de capitalizar el interés en la ayahuasca sin proporcionar ningún beneficio a las comunidades indígenas. El ejemplo en el que se enfoca la autora, y según ella el más notorio, fue el intento de patentar la ayahuasca por un estudiante de farmacología estadounidense en 1986. En 1999, bajo la presión de grupos indígenas, la Oficina de Patentes y Marcas de los Estados Unidos rechazó la patente, pero el Comité de Derecho Ambiental Internacional, que representó a los grupos indígenas, argumentó que la patente se rechazó debido a un tecnicismo estrecho, el cual no proporcionó suficiente protección a los indígenas y a sus conocimientos biológicos al final del caso. En esta desproporción del poder yo opino que se revela la supuesta superioridad de conocimientos que se adaptan a la hegemonía occidental y se ven transformados por a propiedad intelectual, perteneciendo a solo un individuo. Para favorecer esta desproporción, también se revela la falta de agencia de los grupos indígenas, así como la falta de voluntad del Estado nacional moderno para reconocer sus valores comunitarios, por ejemplo, el conocimiento comunal.

La Dra. Daniela Peluso añade a esta discusión académica con otro de sus artículos, titulado, "For export only': Ayahuasca Tourism and Hyper Traditionalism," (2006). Viéndolo desde un foco en el análisis del poder, en este artículo la Dra. Peluso aborda la desproporciones de poder

provocadas por la comercialización de la cultura en el caso del turismo de ayahuasca, y los cambios económicos y sociales que tiene esta industria en los pueblos indígenas. En respecto a la comercialización del ayahuasca, Peluso critica la estrategia de esta industria para vender mas por medio de promocionar lo “auténtico” y lo “tradicional.” Argumenta que el consumo de lo “auténtico” y lo “tradicional” redefine y pone en juego culturas que existen en una realidad ya bastante frágil, como es el caso de las culturas indígenas que han sido marginadas y rechazadas por siglos y ahora, debido a la globalización, se encuentran en esta coyuntura donde mucho esta en juego. Peluso aclara que su intención no es describir la cultura indígena como estática ya que la realidad de cualquier cultura es que es dinámica. Sin embargo, ella argumenta que, “una cosa es decir que las culturas cambian y otra es impulsarlas a esa trayectoria debido a sus posiciones de desventaja propias.” (Peluso, 2006, pp. 483) La posición de desventaja que menciona Peluso es precisamente donde entra el análisis del poder. Los pueblos indígenas se encuentran empujados hacia el fondo de la jerarquía socioeconómica, una posición impuesta y determinada por la hegemonía occidental. Por consecuencia, como describe Peluso, las instituciones religiosas o políticas de los pueblos indígenas se ven socavadas por el deseo de los extranjeros de experimentarlas de una manera que termina por controlarlas o hacerlas más inaccesibles para los pueblos locales con medios locales (Peluso, 2006, pp.483). Esta inaccesibilidad se extiende al uso de ayahuasca. Peluso cuenta que la industria del ayahuasca para el consumo extranjero crea una cultura de que el ayahuasca es solo para exportación y ya no para la curación de la comunidad. Por ende, el desarrollo comercial de esta industria aliena a los comuneros, y, según Peluso, hasta ha creado conflictos y diferencia entre los chamanes que eligen no reformular sus imágenes y servicios para extranjeros, y los ayahuasqueros que aprenden la practica solo para vender y se adaptan rápidamente a la industria. Debido a los cambios de la industria del turismo espiritual, la autora comparte que hoy en día existen individuos que no pueden pagar a los chamanes que alguna vez sirvieron a sus comunidades.

El enfoque del artículo “Andean Translations: New Age Tourism and Cultural Exchange in the Sacred Valley, Peru,” de la Dra. Gomez-Barris (2012) es como el turismo espiritual plantea dudas sobre la posibilidad de un intercambio cultural real en condiciones de asimetría de poder. Gomez-Barris critica al turismo por su incapacidad de obtener mejores beneficios para la gente local que no forma parte de la élite. Ella afirma que, “Cualquier ganancias que haya para la población tiende a ir a las clases más adineradas, dejando a la gran mayoría del empleo de la clase trabajadora que generalmente no está calificado, es mal pagado y es reproductivo del “trabajo servil: del régimen colonial.” (Gomez-Barris, 2012, pp. 70) De esta forma la autora revela las jerarquías de poder que se mantiene en la estructura actual del turismo en el valle sagrado. Ella va más allá

de identificar el poder al decir que el turismo espiritual se apropia de la autenticidad y del patrimonio cultural para realizar un desarrollo económico neoliberal. Ella sostiene que el turismo espiritual mejora las condiciones económicas a corto plazo pero también puede hacer que la posición de los pueblos indígenas sea más precaria a largo plazo.

Empoderar a los pueblos indígenas

La razón que me quiero enfocar en el análisis del poder para mi investigación del uso de ayahuasca como turismo espiritual en la ciudad de Cusco, es porque creo que es la forma más directa y factible de llegar a una solución. Uno de los problemas de enfocarse en la crítica de mercantilización de esta práctica y la apropiación de cultura que implica, es que no nos ayuda a llegar a una solución que pueda producir beneficios reales para las poblaciones indígenas en juego. Al ignorar el poder, mi investigación se volvería una de las muchas discusiones académicas elitistas, las cuales están tan alejadas de las personas y situaciones sobre las que teorizan, que no pueden poner sus conceptos intelectuales en práctica para alcanzar una solución. Al enfocarme en el análisis del poder, busco soluciones relacionadas al poder, específicamente la tarea de empoderar a los pueblos indígenas.

En mi búsqueda de soluciones, el artículo de Mary Riley y Katy Moran “Protecting Indigenous Intellectual Property Rights: Tools That Work,” me incentivó a considerar los derechos intelectuales, un producto de un mundo occidental muy individualista, para proteger al conocimiento colectivo del mundo indígena. El principal problema con este enfoque es precisamente la cosmovisión occidental. Las autoras explican que, “El marco legal para la protección del conocimiento indígena sigue siendo difícil de alcanzar, ya que la mayoría de las disposiciones de la ley de propiedad intelectual evolucionaron a partir de una visión occidental del conocimiento como un producto propiedad de un individuo, no de una comunidad,” (Riley y Moran, 2001, pp.2). Está en nuestro poder cambiar el marco legal para que incluya la propiedad comunal en su definiciones de propiedad. El control legal sobre sus conocimientos es una forma de empoderar y proteger a estas comunidades tan oprimidas y marginadas. El reconocimiento legal de sus conocimientos les proporcionaría un espacio político, social y económico al que solo ellos podrían acceder. Si la comercialización cultural es la realidad de un mundo globalizado, debemos construir los mecanismos que protegen a estas comunidades para que no sean totalmente controladas y dependientes de las empresas multinacionales que se benefician de su cultura y sus costumbres. Necesitamos redirigir los beneficios monetarios al desarrollo y al bienestar social de estas comunidades.

Las autoras de este artículo también clarifican que propiedad intelectual comunal tampoco es una idea sumamente revolucionaria ya que, “[...] este tipo de control es similar a la gestión corporativa de conocimientos relacionados con la fabricación de productos, por ejemplo, secretos y recetas comerciales,” (Riley y Moran, 2001, pp.2). Hay que cambiar el modo en que pensamos. Por que es que se aceptan y se respetan los derechos de una corporación mas que los derechos humanos de una comunidad? Si las corporaciones gigantes y adineradas se pelean entre si por derechos de autor o el uso no permitido de sus marcas, por qué no tienen las personas indígenas la misma protección sobre sus conocimientos ancestrales? No se trata de negar el acceso a estos conocimientos, se trata de poder, de control, y de respeto. Todas estas son cosas que los pueblos indígenas necesitan para que paren de ser explotados tan descaradamente.

CONTEXTO DEL ESTUDIO

En el 2018, la revista Americana “Travel and Leisure,” nombró a Cusco la ciudad preferida por turistas en Latino América (Terzian 2018t). No sólo se reconoce a “Travel and Leisure” como una de las revistas de viajes más destacadas -segunda sólo al famoso “National Geographic”- pero esta revista resulta muy indicativa de la opinión del público estadounidense, el cual es el segundo país con mayoría de viajeros al Perú (PromPerú 2017). Estas estadísticas son sólo un pequeño ejemplo de todos los demás que demuestran la prominencia del Cusco como la capital del turismo en el Perú. Tanto es el flujo de extranjeros que pasan por esta ciudad que se podría considerar al Cusco la cara frontal, la primera impresión, y por lo tanto, representante del Perú.

¿Qué es lo que atrae a tantos viajeros? Es que Cusco se conoce también por la Ciudad Imperial, la cuna de la civilización inca y la puerta de entrada a Machu Picchu. Pero acreditar la gran cantidad de turistas a Machu Picchu, mientras no totalmente incorrecta, sería una respuesta superficial a una atracción conceptual más profunda. El concepto al cual se atribuye el turismo Cusqueño se conoce como el “incanismo.” Este termino fue acuñado por el antropólogo peruano Jorge Flores Ochoa, usado para describir a la glorificación del imperio inca tanto por el estado como por el pueblo peruano (Wilspon 2017). Con el incanismo, los orígenes históricos de esta ciudad se entremezclan con una imagen idealizada y construida del Cusco como ciudad indígena. Se critica a esta imagen como “construida” por el hecho que fue creada sin agencia indígena, y principalmente refleja lo que la elite mestiza imaginaba como indígena (Wilson 2017). El comienzo del boom turístico Cusqueño, que se atribuye a los años 90 (Peluso 2016), se ve ligado a una serie de iniciativas por sectores gubernamentales como PromPerú y MINCETUR a promover la actividad turística hacia los legados arquitectónicos de los incas.

Desafortunadamente, existe una contradicción entre la promoción turística peruana de lo indígena y la situación actual de los pueblos indígenas peruanos. El esfuerzo que aloca el estado peruano al turismo está en desproporción a la atención y los esfuerzos que se dedican a la protección y al bienestar social de las comunidades indígenas, sea en los Andes o en la Amazonia. El sector de Interculturalidad, que forma parte de la estructura orgánica del Ministerio de Cultura, es el principal sector del gobierno que aboga por los pueblos indígenas y la protección de sus derechos. Sin embargo, en la Dirección Regional de Cusco, el Ministerio de Cultura apenas designa el uno por ciento de su presupuesto al sector de Interculturalidad.

La realidad peruana del siglo 21 es que la gente indígena continúa siendo discriminada y marginada dentro de su propia "nación," pero a la vez son idealizados como un símbolo nacional de cultura que se comercializa a los extranjeros. El Perú no hace lo suficiente para devolver los beneficios monetarios del turismo a las propias comunidades indígenas ni parece invertir este dinero en representarlos y proteger sus intereses adecuadamente. Si vemos a los pueblos indígenas y a sus culturas, tradiciones, y conocimientos como materia prima, podríamos considerar el turismo una industria extractiva que, similar a la minería explota lo local a la vez que mantiene la pobreza local.

Un ejemplo de la extracción y explotación de los conocimientos tradicionales indígenas es el uso de ayahuasca en Cusco. El ayahuasca es una bebida alucinógena nativa de la Amazonía, usada por pueblos indígenas como los Shipibo o los Urarina con propósito sagrado. Debido a su origen amazónico, el ayahuasca es completamente ajena al Cusco hasta la llegada de la globalización después de los años 80 (Peluso 2016). Históricamente, el ayahuasca no ha formado parte de la cultura indígena andina, pero hoy en día, debido al turismo, se ofrece este brebaje en Cusco y se mezcla su uso con la imagen que tiene el Cusco del incanismo. Esta mezcla de lo indígena amazónico y lo indígena andino es complicada e interesante a la vez. Por un lado, el ayahuasca se separó de su contexto cultural amazónico y se exportó al mundo andino, uno que, aunque indígena, era muy diferente del suyo. Lo que parece unir a los dos es el concepto de lo místico y por consecuencia se populariza el consumo de ayahuasca con la aparición del fenómeno del turismo espiritual/místico. Es importante investigar a esta rama de la industria turística porque afecta la imagen de lo que se considera indígena y como se respeta lo indígena no sólo en el Perú, pero debido al medio turístico, para el resto del mundo.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

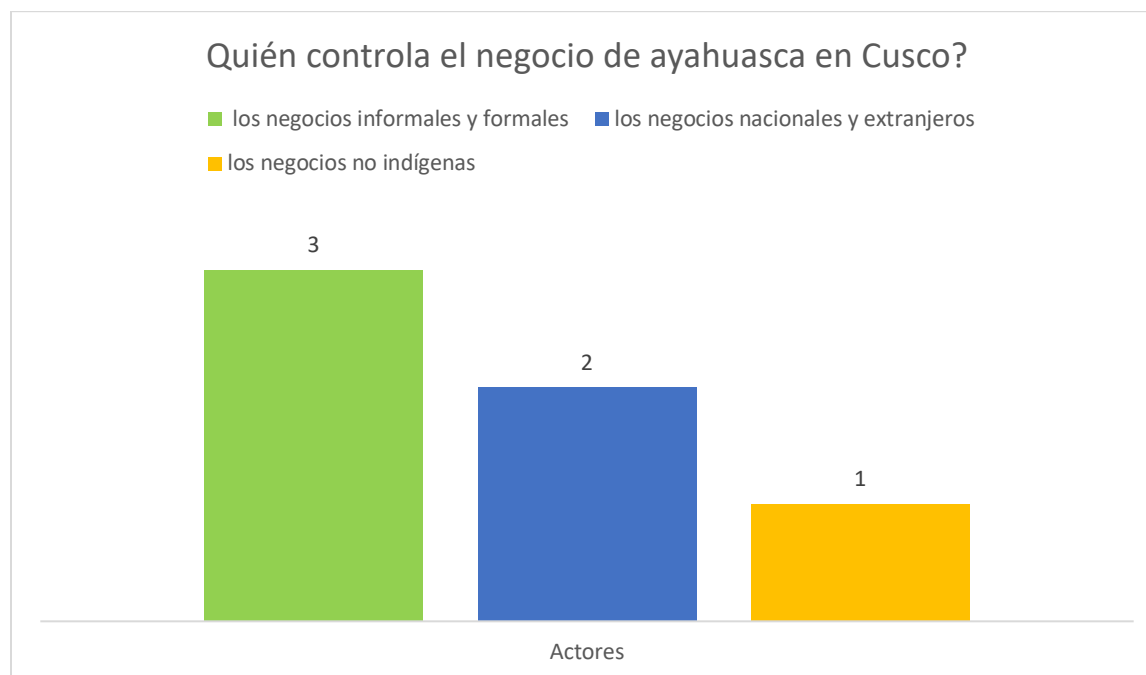


Gráfico N°1 ¿Quién controla el negocio del ayahuasca en Cusco?³

Fuente: Elaboración propia (2019)

Todos los entrevistados estuvieron de acuerdo en que los negocios son los que controlan el ayahuasca en Cusco. Sin embargo, no todos tuvieron la misma definición de lo que era un negocio de ayahuasca. Basada en las entrevistas entendí que existe una gran diferencia entre un negocio formal y un negocio informal. Los negocios formales son los que tienen un local y por lo tanto están físicamente establecidos en el centro histórico. Los negocios informales usualmente consisten en un autoproclamado chaman que se puede encontrar en las calles ofreciendo su servicios o quizás esté ligado a una agencia que lo contacta si se solicitan sus servicios. Usualmente se descubren estos negocios informales de boca en boca. Estos negocios tienen una connotación más negativa por que se infiere que sus servicios no son tan confiables y que uno podría correr el riesgo de que le den un brebaje alterado de ayahuasca. Los “brebajes

³ Las estadísticas demostradas en esta grafica, son las respuestas obtenidas a la pregunta, cuyos resultados a mostrado esta diferenciación. Por tanto entiéndase que el amarillo y verde son una misma categoría.

alterados” se refieren a una preparación no tradicional, puede ser que lo hagan hervir un par de horas a comparación de doce horas, como puede ser que se le agreguen otras drogas al brebaje para lograr el efecto psicodélico por el cual se conoce el ayahuasca.

Los agentes gubernamentales que entrevisté atribuyeron la evasividad de la industria de ayahuasca a los negocios informales y su supuesta popularidad entre los turistas. Los negocios formales atribuyeron un cierto poder de controlar el mercado a los negocios informales debido a su tendencia de ser más baratos y atraer a los turistas de esta manera. Los agentes gubernamentales tanto como los negocios formales asociaron a los negocios informales con las agencias de viaje que incluyen una ceremonia de ayahuasca en su paquete turístico. No hay datos concretos que demuestren si los negocios informales de verdad son más baratos o si controlan el mercado más. Tampoco hay datos que demuestren el número de agencias de viaje ligadas con negocios informales de ayahuasca. Hay una falta de información sobre los negocios informales en general que es pertinente a las limitaciones que hubo en esta investigación, específicamente el plazo de tiempo y la falta de acceso a estos negocios. La falta de acceso se vio influenciada por el hecho que no hice una observación participante como parte de mi estudio, ya que esta fue prohibida por las políticas de mi programa académico.

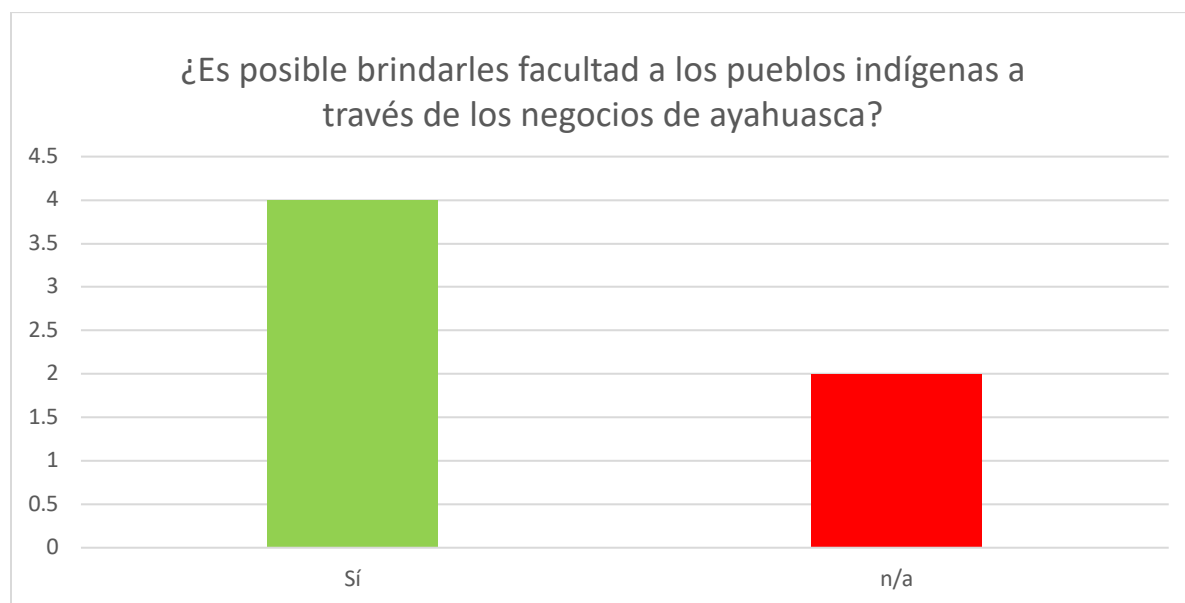


Gráfico N°2 ¿Es posible brindarles facultad a los pueblos indígenas a través de los negocios de ayahuasca? Fuente: elaboración propia (2019)



Gráfico N°3 ¿De que modo es posible brindarles facultad a los pueblos indígenas a través de los negocios de ayahuasca? Fuente: elaboración propia (2019)

Ambos de los negocios formales concordaron que la principal involucración de los pueblos indígenas en los negocios de ayahuasca en Cusco sería el rol del chamán. Ambos de los negocios trabajan con chamanes contratados de varias comunidades alrededor del Perú.

Etnikas trabaja con chamanes principalmente de la región de Iquitos y tiene un sistema rotativo en el cual los chamanes toman turnos de 3 a 4 meses trabajando en Cusco y después regresan a sus comunidades. Los chamanes que trabajan con Etnikas tienen un salario fijo y se les paga sin importar el número de ceremonias que cumplieron. Para profundizar el entendimiento de qué tan involucradas están las comunidades indígenas en decidir cuales chamanes se contratan pedí mas información sobre el proceso de contratación. Desafortunadamente, el gerente principal de Etnikas, el cual se encarga de contratar a los chamanes en sus comunidades, estaba de viaje y no pude obtener esta información.

CAISAE, por otro lado, trabaja directamente con la Asociación de Chamanes del Perú, que cuenta con 120 chamanes de diferentes etnias y regiones. La Asociación demuestra una organización independiente por parte de los chamanes, entre ellos mismos determinan quién forma parte de la asociación. El director de CAISAE, me explicó que uno de los requisitos principales para formar parte de la asociación es venir de un árbol genealógico de chamanes indígenas. El propósito de la Asociación de Chamanes es justamente asegurar la involucración de los pueblos indígenas en este negocio. En la pagina web de CAISAE, se explica un poco de la historia de la Asociación y sus motivos por organizarse:

“Somos una asociación u organización de Chamanes Incas, creada por la necesidad de erradicar la explotación de los Chamanes tradicionales en todo el Perú y promover un medio de curación utilizado durante siglos. Las empresas cobraban a sus pacientes grandes sumas de dinero y el pago de sus servicios a los Chamanes era mínimo; no había respeto por el trabajo, sometiéndolos a iniciaciones largas y arduas. Menospreciaban su sabiduría, la experiencia en su oficio.” (CAISAE, ‘Our History,’ 2015)

Entre sus motivaciones se destacan dos razones principales: el pago injusto y la falta de valorización cultural. Se menciona, “la necesidad de erradicar la explotación de los Chamanes tradicionales,” la cual el director de CAISAE opina que sólo se puede resolver con más respeto e involucración de las comunidades y sus chamanes. También se necesita más regulación sobre los negocios que ofrecen ayahuasca sin chamanes verdaderos para vincularlos a un pueblo o comunidad. A este respecto, la involucración de los pueblos indígenas en el negocio de ayahuasca y la facultad que podría brindarle este negocio están atados mano a mano. No puede haber facultad sin involucración.

Tanto CAISAE como Etnikas opinan que es posible brindarles facultad a los pueblos por medio del poder económico, o sea el dinero que traen los chamanes a la comunidad, y también por la revalorización de su cultura. CAISAE, más que Etnikas, se dedica a enfatizar la historia y la importancia de la medicina tradicional acreditando a los pueblos por la supervivencia de estos conocimientos. El director de CAISAE explica que el negocio relaciona la naturaleza sagrada de estas prácticas y la importancia de estos conocimientos ancestrales con la conexión semejante que tienen los pueblos indígenas, ya sean andinos o amazónicos, con la Tierra, o como se llama en quechua, *Pachamama*.

En termino de los agentes gubernamentales, ellos opinan que hay poca o ninguna involucración de los pueblos indígenas en los negocios de ayahuasca y también otros aspectos de la industria turística en la ciudad de Cusco. Si hay involucración, lo describirían más como un *intento* de involucrarse en la industria y ganar dinero. Los agentes gubernamentales no tienen conocimiento de la Asociación de Chamanes como un ejemplo del nivel de involucración de los pueblos. Tanto la Municipalidad de Cusco, el Ministerio de Cultura, y el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo se enfocan en el turismo vivencial como la forma principal en la que la gente indígena participa en la industria turística. Más allá de eso, no hay un enfoque gubernamental particular en las formas en que la industria turística involucra mano de obra indígena, afecta a la gente indígena o representa a las poblaciones indígenas. Mi investigación sobre los negocios de ayahuasca como parte del turismo espiritual reveló que en el conjunto de la industria turística, el

gobierno no toma la participación indígena en cuenta lo suficiente. En consecuencia, las posibilidades de brindarles facultad a los pueblos por medio del turismo, sea vivencial, espiritual, o ecoturístico, disminuyen increíblemente cuando no se presta importancia al rol de los pueblos indígenas dentro del turismo para comenzar.

La subdirectora del sector de Interculturalidad del Ministerio de Cultura, sí identificó la falta de involucración de los pueblos indígenas como un problema grave que se debe atender. Ella también notó el potencial de la industria turística a brindar mayor facultad a los pueblos indígenas por medio de atraer más atención a la situación de estos en el país tanto como empoderarlos económica y políticamente. Enfatizó que un precursor importante al éxito de una relación más simbiótica entre la industria turística y el bienestar de los pueblos indígenas es el apoyo del gobierno peruano para proteger los intereses de los pueblos. Según ella, el gobierno tiene la responsabilidad de actuar como mediador y regulador entre la industria turística y los pueblos indígenas.

¿Están los conocimientos tradicionales en peligro?

Los negocios informales y formales coinciden en que el conocimiento tradicional se encuentra en grave peligro con la comercialización del ayahuasca y la globalización. El negocio informal que entrevisté cree que se está perdiendo un modo de vida, y que con éste, también se pierden los conocimientos tradicionales y la medicina natural. No hizo referencia a los pueblos indígenas que han preservado esta forma de vida y siguen preservando estos conocimientos de una forma u otra, pero sí notó que algo se tiene que hacer para que no desaparezcan estos conocimientos en las próximas décadas.

Ambos negocios formales mostraron preocupación por la herencia de las prácticas curativas y los conocimientos tradicionales de los chamanes a sus descendientes directos o a sus parientes. Esta preocupación está relacionada con la continuación “auténtica” de los negocios de ayahuasca ya que no están completamente seguros si después de esta generación de chamanes saldrá una nueva de sus pueblos para reemplazarlos. Quizás se vuelva entonces más común contratar a personas vueltas chamanes por medio del aprendizaje, sean ellos peruanos o extranjeros.

Ambos negocios también mostraron un poco de preocupación por la velocidad a la que se está exportando el ayahuasca al resto del mundo y la forma en que otras empresas de ayahuasca en el ámbito internacional están tratando el contexto cultural del que proviene el ayahuasca. En este sentido no se trata de la completa pérdida del conocimiento tradicional del ayahuasca como medicina natural sino mas sobre si en el proceso de la exportación se está

preservando los conocimientos culturales. Estos conocimientos incluyen la cosmovisión que coloca la ayahuasca como una forma de comunicarse con la naturaleza y la misma que reconoce la importancia de convivir con la naturaleza y tratarla con el mismo respeto que se le otorga a otros seres humanos.

La Municipalidad de Cusco y el sector de Interculturalidad del Ministerio de Cultura también opinan que los conocimientos tradicionales de los pueblos indígenas están en peligro con la comercialización no sólo del ayahuasca pero otros aspectos culturales también. Con la venta de servicios culturales existe la posibilidad que se banalicen estos conocimientos, que se distorsionen y que pierdan importancia. Ambos están de acuerdo que el gobierno peruano debe hacer más para proteger estos conocimientos por medio de programas de educación y revaloración. La subdirectora me informó de una propuesta de estrategia para proteger los conocimientos tradicionales pero me explicó que el gobierno no ha tomado acción en esta estrategia debido a que no es considerada política de estado. Aunque el ayahuasca se considere patrimonio cultural legalmente, este estatus no es más que un simple título mientras el estado no tome más acción para regular la venta de esta practica ancestral.

El nivel de involucración del gobierno peruano

Encontré una falta de interés en el nivel de involucración del gobierno peruano por parte del negocio informal. Este negocio opinaba que era más la responsabilidad de la gente común preservar los conocimientos tradicionales y no hizo comentarios sobre la falta de regulación del negocio de ayahuasca por parte del gobierno. DIRECTUR admitió que el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo no se enfoca mucho ni le da gran importancia al turismo místico, dentro del cual encajan los negocios de ayahuasca. Etnikas no comentó sobre este tema.

El Gerente de Cultura y Turismo de la Municipalidad de Cusco explico que las responsabilidades de la municipalidad son capacitar, monitorear y certificar a los negocios turísticos. El municipio ofrece capacitaciones para las empresas turísticas con el objetivo de mejorar la accesibilidad y la calidad de los servicios turísticos en Cusco. Sin embargo, en el respecto de los negocios de ayahuasca, el Gerente afirmó que no se controla a estos negocios turísticos aunque se debería, especialmente a los negocios informales. Por lo general se evalúan a la agencias turísticas como parte del proceso de monitoreo y se ha identificado que efectivamente hay algunas agencias que ofrecen ceremonias de ayahuasca como parte de su paquete turístico. Pero estas ceremonias y la manera que se ofrecen no son ni monitoreadas ni reguladas. Comentó el Gerente que deberían haber mecanismos gubernamentales más

eficientes para garantizar la seguridad de los turistas, la cual es su mayor preocupación dentro de los negocios de ayahuasca.

Según el Gerente, ha habido casos de acoso sexual dentro del negocio de ayahuasca en Cusco que han sido reportados al municipio y por consecuencia, han afectado a la imagen pública de la práctica de ayahuasca. El Gerente explica que aunque los negocios privados tengan sus propias reglas y estándares de servicio, justo por peligros como este y por el potencial de muchos más, se deberían monitorear a los negocios minuciosamente. Le preocupa a él que sin la intervención adecuada del estado la cuestión del ayahuasca se podría convertir en una situación complicada como lo que pasó con el cultivo de la hoja de coca y las asunciones que estaba ligado a la producción de cocaína y por ende, el narcotráfico.

Pedí que me contara más sobre este tema y él explicó que la coca forma parte integral de la cultura andina y ciertos aspectos espirituales de ella. De este modo se podría comparar la coca al ayahuasca, ya que también tiene significado cultural para ciertos pueblos amazónicos y juega un papel importante en la vida espiritual de ellos. El ayahuasca, como la coca, corre el peligro de ser arrancado de su contexto cultural y ser explotado comercialmente por sus propiedades psicodélicas. El estado tiene la responsabilidad de prevenir que el ayahuasca pase a tener una reputación de narcótico en vez de un conocimiento tradicional indígena respetado y valorado.

La subdirectora del sector de Interculturalidad del Ministerio de Cultura también opina que el gobierno peruano no regula a la industria turística lo suficiente. Ella dice que la industria turística funciona de una manera muy libre en el Cusco, algo que afectará a la ciudad y a la de la cultura andina a largo plazo. Dentro de esta industria el gobierno debería priorizar los derechos de ciudadanos peruanos en vez de dar concesiones libremente a negocios sin regularlos adecuadamente. La subdirectora piensa que la involucración del estado peruano en la industria turística del ayahuasca debería proteger a los intereses de los pueblos indígenas más y darles el poder de decidir como quieren ser representados.

Desde una perspectiva de un negocio de ayahuasca trabajando dentro de este sistema, CAISAE también opina que el gobierno peruano debería fiscalizar más a los negocios de ayahuasca en Cusco. Dice que no hay suficiente interés en asegurar que los negocios estén ofreciendo un servicio seguro y respetuoso al contexto cultural del ayahuasca. CAISAE asigna la falta de interés a la naturaleza corrupta del gobierno peruano. El director dice que la triste verdad es que si uno no paga a un congresista para que abogue por sus intereses, nada va a pasar, aunque ese sea el trabajo del congresista como sirviente público. Explica que la corrupción es la causa principal por la cual el gobierno no toma medidas donde debería ser.

CAISAE cree que es sumamente necesario que el gobierno proteja la medicina tradicional contra la medicina científica y las compañías poderosas farmacéuticas. Se corre el riesgo no solo que se pierdan los conocimientos tradicionales pero que se patenten varios métodos de medicina natural y que la farmacéutica llegue a controlar y beneficiarse de estas practicas indígenas. Recomienda que el Ministerio de Salud intervenga para verificar el ayahuasca como una practica medicinal y que certifique y regule a los negocios.

ANÁLISIS

Habiendo presentado los resultados y discutido las ciertas implicaciones que traen, proseguiré al análisis tras el marco teórico del poder, basándome en el trabajo de la Dra. Sadan y las tres dimensiones de poder que ella objetivamente delinea en su texto, Empowerment and Community Planning: Theory and Practice of People-Focused Social Solutions. Mi objetivo inicial en esta investigación era describir y analizar las percepciones locales de quien maneja y controla el turismo místico del ayahuasca en la ciudad de Cusco. A pesar de que las percepciones locales apuntan a un actor específico que controla los negocios de ayahuasca y por ende, el turismo místico del ayahuasca, esta disrupción no explica cómo funciona el poder dentro de la industria y, por lo tanto, requiere un mayor análisis de como los actores se comportan dentro de este sistema. Los actores principales dentro de este sistema serían: 1) los turistas espirituales, 2) los negocios de ayahuasca, 3) el gobierno peruano y 4) los pueblos indígenas. Usaré los resultados de mi investigación para interpretar y analizar como los actores dictan su poder y como se define quién está al mando de este gobierno sobre el ayahuasca. Resulta interesante descubrir un factor común y constante dentro de mi investigación, el cual es el problema con la identificación de autoridades de ayahuasca en Cusco y espero explorar este problema en mi análisis.

Primera dimensión

La primera dimensión tiene que ver con la manipulación de la voluntad. La Dra. Sadan explica esta dinámica con dos actores, A y B. En esta caso, “[...] A puede hacer que B haga algo que B no habría hecho si no hubiera sido por A.” (Sadan, 1997 pp. 40) esta acción se puede manifestar a lo largo de un espectro, en el cual en un extremo las acciones de B están sutilmente influenciadas por A y el otro extremo B esta totalmente controlado por A. Para nuestros propósitos, analizaremos la dinámica de poder entre A y B, como la dinámica de poder entre los turistas y los negocios de ayahuasca. A serán los turistas y B serán los negocios. En este caso, es difícil determinar dentro de qué parámetro del espectro de la manipulación de voluntad, se encuentra la dinámica entre los turistas y los negocios de ayahuasca. Basándonos en este

cuadro, resulta difícil negar que los turistas poseen cierto poder de influencia sobre los negocios del ayahuasca y cómo indirectamente determinan su ejecución.. El poder del turista se demuestra en su capacidad de generar una reacción de la población local para satisfacer su demanda. El turista viene al Cusco y la población cusqueña se adapta a sus necesidades, se abren hostales, se entrenan a guías, se aprende el inglés y otros idiomas extranjeros. El turista viene al Perú y el gobierno, al señalar su potencial como fuerte alternativa económica, anuncia las riquezas de su país más públicamente, se crea una marca Perú, se desarrolla la gastronomía, se presta más atención al cuidado de las atracciones turísticas arqueológicas.

La propia existencia de la industria del turismo místico y específicamente, los negocios de ayahuasca en Cusco, son una respuesta obvia a las demandas turísticas. Durante mi entrevista con el Director de la firma CAISAE, me acerco un poco más a la historia del desarrollo comercial del ayahuasca en el Cusco. Me explica que los locales aprendieron a valorar al ayahuasca debido a la demanda turística. Percibiendo la demanda, los primeros negocios, Portal of Light y Shaman Shop, quienes trabajan con chamanes aunque no es claro si son chamanes amazónicos, se establecieron en 2005. Más tarde, en el 2010 se estableció CAISAE, quienes colaboran con la Asociación de Chamanes. Entre el 2015 y el 2016 el ayahuasca se expande al Valle Sagrado y en 2016 ocurrió lo que él llamó el “Boom de Pisac,” el cual es caracterizado por la llegada de muchos extranjeros ofreciendo servicios de ayahuasca más casualmente.

Con un aumento en competencia entre negocios de ayahuasca, creció la necesidad de declararse autoridades legítimas en el tema. Nota el Director de CAISAE que aparece el fenómeno del ‘neo-chamanismo’, cuyo ejemplo más evidente es el “Boom de Pisac,” debido a que los individuales que ofrecen servicios de ayahuasca son chamanes aprendidos, no chamanes de un árbol genealógico con lazos a una comunidad indígena. Aquí empieza el problema de identificar autoridades legítimas de ayahuasca, o el dilema de quién tienen el derecho verdadero de participar en este negocio.

Se observa entonces, en esta disputa de legitimación, otro aspecto del poder del turista, y es que el turista tiene el poder de legitimar ciertos negocios al escogerlos, después de todo, ¿qué mejor modo de legitimar un negocio si no es con la satisfacción de sus clientes? Es importante notar, en este punto del análisis que los turistas con mayor poder son los turistas occidentales, es decir, los que provienen de los Estados Unidos o Europa. Como dice la Dra. Daniela Peluso sobre los negocios de ayahuasca, “parece ser que las respuestas por parte de los empresarios son dirigidas hacia y hechas para satisfacer las necesidades y deseos occidentales.” (Peluso 20016, pp. 213). La Dra. explica las medidas de atención prestada a los turistas occidentales por medio del ejemplo de la ONG (organización no gubernamental) llamada “Ethnobotanical

Stewardship Council.” Aunque esta ONG ya no este en función, describía su misión como la de proteger a las personas que trabajan con este medicamento y establecer pautas para garantizar los centros de retiro para que los turistas de ayahuasca puedan diferenciar el mercado (Peluso 20016, pp. 213). Peluso afirma que a la larga, el objetivo principal de esta ONG era complacer los deseos de los turistas y asegurar su seguridad.

¿Será que más ONGs entrarán a la industria turística peruana en un intento por establecer una infraestructura regulativa ya que el gobierno no lo ha hecho? O aunque no sea la introducción de una infraestructura completa, puede ser que estas ONGs traten de establecer pautas para garantizar la legitimidad del chaman o el proveedor que ofrece el servicio a los turistas. Mi entrevista con el Gerente revela que de una perspectiva institucional peruana se cree que las autoridades legítimas son los chamanes de los pueblos amazónicos. Quizás sea lo mismo que opinan los turistas. Pero también la realidad del asunto y del sistema que estamos analizando, es que el negocio de ayahuasca se ofrece en Cusco y observando lo que se considera legítimo, la definición de legítimo esta muy influenciada por las preferencias de los turistas.

Las preferencias de los turistas se podría describir como el “gusto turístico.” La filósofa estadounidense, Susan Sontag, dijo que “las reglas del gusto imponen estructuras de poder.” La frase “reglas del gusto,” implica la subjetividad del tema. Pero cuando pensamos en reglas, intuitivamente, las clasificamos bajo la *objetividad*, algo que se basa en la lógica, algo que sería justo para todos. Por lo menos esa es la idea detrás de la objetividad. Sin embargo, cuando hablamos de las reglas sociales, que son inscritas y no oficiales, nos encontramos más en el campo de la subjetividad. La frase “las reglas del gusto” es entonces casi paradójica en nuestro entendimiento intuitivo de lo objetivo y lo subjetivo. La tensión entre lo subjetivo y lo objetivo demuestra la naturaleza caprichosa e irrazonable del poder. ¿Es el poder subjetivo o objetivo? Esta cuestión dificulta el proceso de averiguar si estas reglas sociales vienen de la mayoría o no. Pero aun más importante, hace difícil precisar donde se encuentra el poder.

Regresando al tema de los turistas y la demanda turística del ayahuasca, los turistas son los que legitiman los negocios informales basado en el gusto turístico. Como dice Owen, el gusto turístico del turista espiritual se basa en lo espiritual, lo auténtico, y lo nostálgico. Mientras un negocio se presente así, será visto como legítimo. Mientras el negocio plazca al turista y su imaginación de lo indígena y lo espiritual, el negocio ganará reputación de auténtico y confiable y podrá tener mayor poder dentro del sistema.

Es importante aclarar que este proceso de legitimación no se aplica a todos los negocios, ni a todos los turistas. Se supone que este proceso sería más común entre los negocios informales de ayahuasca, ya que tienen menos requisitos municipales que cumplir y especialmente el tipo

de turista que frecuenta los negocios informales. Usualmente son turistas que cuentan con un presupuesto más bajo y un plazo más corto de estadía. Los turistas que frecuentan negocios establecidos típicamente han investigado sus opciones y tienen viajes de más tiempo. En la búsqueda de un servicio más rápido, más barato y más conveniente, este tipo de turista trivializa los estándares que tiene el municipio para un servicio de calidad.

Segunda dimensión

La segunda dimensión del poder tiene que ver con el poder de tomar decisiones y el poder de evitar la toma de decisiones de unos contra otros, para excluirlos. Ya que es menos evidente que la primera dimensión, este poder se oculta detrás de diferentes procesos de toma de decisiones, por ejemplo, procesos burocráticos. Sadan explica que en esta dimensión, “El poder se manifiesta mediante el triunfo sobre los otros participantes en el proceso de toma de decisiones, pero también al evitar la toma de decisiones de unos para excluir a ciertos sujetos o participantes del proceso.” (Sadan, 1997, pp. 41) Dentro del sistema que analizamos, el actor A serían los negocios formales e informales y el actor B, el que es afectado por A. Los afectados serían principalmente los pueblos indígenas y en un grado menor, el gobierno peruano.

Por causa de la demanda turística, y para beneficiarse de ella, los negocios informales y formales toman el tema del ayahuasca en sus propias manos con falta de consulta a o intento de involucrar más a los pueblos indígenas. De esta forma evasiva, los negocios excluyen al gobierno peruano también. Sin embargo, es importante diferenciar entre la exclusión de los pueblos y el gobierno, ya que estos dos actores claramente no están en mismo nivel. Por un lado los pueblos no tienen mayor conocimiento de la industria turística, sus normas, sus reglas, y las técnicas necesarias para tener éxito como proveedores turísticos; el gobierno peruano por otro lado, sí tiene más información sobre y acceso a, la industria turística. Si los negocios toman acciones para tratar de excluir al gobierno peruano, es porque este se deja. A diferencia de los pueblos indígenas, el gobierno peruano se hace el de la vista gorda para facilitar las ganancias de los negocios turísticos para que este pueda reportar un mayor crecimiento económico en el país, algo que pretende reflejar positivamente durante su gobierno en general y sobre todas las leyes impuestas en esta.

Para entender más el efecto excluyente causado por los negocios hacia los pueblos indígenas, la Dra. Peluso explica que la industria del ayahuasca para el consumo extranjero crea una cultura en la que el ayahuasca es solo para exportación y ya no para la curación de la comunidad (Peluso 2006). Al concentrarse en los deseos y las necesidades de los turistas, se aleja la atención de los clientes originarios. Por ende, el desarrollo comercial de esta industria

aliena a los comuneros, y, según Peluso (2016), hasta ha creado conflictos y diferencias entre los chamanes que eligen no reformular sus imágenes y servicios para extranjeros, y las persona que aprenden la practica sólo para vender y se adaptan rápidamente a la industria. Claro, si existiera más involucración de parte de los pueblos, si hubiera una relación más colaborativa entre los negocios y los pueblos donde históricamente han existido estas prácticas, el caso sería indudablemente diferente.

Tercera dimensión

La tercera dimensión es el nivel más profundo y subrepticio del poder. En la tercera dimensión del poder, “B hace cosas que no habría hecho si no hubiera sido por A, porque A influye, determina y da forma a la voluntad de B.” (Sadan, 1997, pp. 42) Es decir, A tiene el poder de afectar cognitivamente a B. Por supuesto, este grado de control sobre otro no sucede de la noche a la mañana noche a día. Al contrario, usualmente toma generaciones en establecerse. Precisamente por esto, la Dra. Sadan explica que, “se requiere un estudio de los factores sociales e históricos que expliquen cómo se forman las expectativas humanas y cómo se forma la conciencia de los problemas de las personas.” (Sadan, 1997, pp. 42) En este caso, se requiere un estudio de la historia que rodea este tema, la cual se ha cubierto en la sección de la revisión de la literatura pero la cual podemos repasar brevemente.

En el contexto del Cusco, tanto Wilson y Owen atribuyen al indigenismo y al incanismo como catalizadores para el surgimiento y florecimiento del turismo (Owen, 2006, pp.36) () Ambas afirman que estos dos movimientos sociales construyeron una imagen idealizada del indígena y por ente efectivamente perpetuaron la negación de agencia indígena en su propia representación como pueblo, tanto en el campo social como en el político. Aquí también podemos observar los comienzos de la prevención de involucración indígena en la industria turística. De acuerdo a Wilson, el turismo místico refuerza las estructuras coloniales que mantienen a la gente indígena en la parte mas baja de la jerarquía social (Wilson 2017). Wilson describe a estas tendencias como neocoloniales y denomina al turista como un poder neocolonial que tiene la habilidad de impulsar a la industria turística a redefinir practicas indígenas como el ayahuasca para conformarse a sus deseos y necesidades.

La Dra. Gomez-Barris concuerda con la naturaleza neocolonial del turismo, pero a comparación de ofrecer ejemplos socio-históricos del turismo en la región del Cusco como Owen y Wilson, Gomez-Barris critica la industria actual del turismo. Ella afirma que, “Cualquier ganancia que haya para la población tiende a ir a las clases más adineradas, dejando a la clase trabajadora opciones de empleo que generalmente no requiere especialización, empleo que es mal pagado

y reproductivo del "trabajo servil: del régimen colonial."⁴ (Gomez-Barris, 2012, pp. 70). Por medio de revelar la desproporción en la distribución de ganancias, la autora revela la estructura neocolonial de la industria del turismo.

Aparte de los lazos neocoloniales que tiene la industria turística, Peluso relata sus orígenes neoliberales. La crítica de la Dra. Peluso está basada en la concurrencia del surgimiento del turismo y el término presidencial de Fujimori (Peluso, 2016, pp.208). En adición al papel del turismo dentro de las políticas económicas neoliberales de Fujimori, Peluso también afirma que las formas emergentes de emprendimiento de la industria del ayahuasca participan en la continuación de la colonización económica de Latino América en una forma que privilegia las ganancias y beneficios de los empresarios extranjeros⁵ (Peluso, 2016, pp.215).

Es crucial repasar este contexto justamente porque nos ayuda a entender como se ha formado la conciencia social, las normas sociales, las expectativas y las perspectivas de la gente. Sadan explica que la formación de la consciencia determina la manera en que, "se forman los significados y los patrones de acción que hacen que B crea y actúe de una manera que es útil para A y que es perjudicial para sí mismo," (Sadan, 1997, pp. 43). En este caso, B serían los pueblos indígenas y A sería el resto del sistema que los rodea. Lo que resultaría perjudicial para B sería la falta de involucración en la industria turística. Se cometería un error al asumir que esta falta de involucración es voluntaria y que las personas en cuestión están plenamente conscientes de su posición dentro de este sistema. Al contrario, esta posición ha sido reforzada a lo largo de muchos años por medio de la estratificación social ya existente desde tiempos coloniales y continuada con la influencia neocolonial de los turistas.

En todo caso, este es un ejemplo de la segunda y tercera dimensión de poder en juego. El establecimiento de la estructura de poder colonial y su descarada alienación de los pueblos indígenas a través de la violencia, la esclavitud y el impedimento general de la toma de decisiones a través de la subyugación representa la segunda dimensión del poder. El mantenimiento de esta estructura colonial aun después de la formación de la República también forma parte de la segunda dimensión y revela la naturaleza hipócrita de un estado peruano supuestamente democrático. El fracaso de la verdadera inclusión de todos los grupos étnicos dentro del estado

⁴ Whatever benefit there is for the local population go to the wealthier classes, leaving for the vast majority of the work employment that is generally unskilled, low-paid, and reproductive "servile labor" of the colonial regime

⁵ "As such, the emerging forms of entrepreneurship and cosmopolitanism of the ayahuasca industry participate in an historically ongoing economic neo-colonization of South America in ways that privilege nonlocal profits and benefits."

peruano resultó en la distorsión de la consciencia indígena sobre si ellos tienen el derecho de reclamar su espacio legítimo en representarse a si mismos en la industria turística. La consciencia distorsionada a lo largo de años demuestra el profundo efecto de la tercera dimensión poder. La falta de involucración no sólo demuestra un desequilibrio de poder, también demuestra la marginación estratégica de una población específica, los pueblos indígenas.

Al igual que los pueblos indígenas, es importante no asumir que la falta de involucración del estado peruano es completamente consciente y voluntaria, también hay que tomar en cuenta la influencia de la tercera dimensión del poder. A diferencia de los pueblos indígenas, lo que sucede con el estado peruano es que este crea un vacío de poder por su falta de acción. No se trata de que haya otro actor directamente bloqueándolo de la toma de decisiones sino que parece que los negocios tuvieran mayor participación de la industria ya que llegan a llenar el vacío de poder que deja el gobierno.

Aquí entra la influencia neoliberal de los negocios que específicamente refuerza el modelo económico del mercado libre. La ideología económica del mercado libre es una forma de poder y demuestra la tercera dimensión de poder. Esta ideología viene mas allá del estado peruano, y su imposición en el sistema económico actual es resultado de poderes globales que controlan los mercados. Los orígenes de esta ideología se remontan a la ilustración europea y a tales intelectuales como a Adam Smith, cuya contribución al pensamiento económico incluye el concepto de la mano invisible, que hoy en día ha llegado a interpretarse como la autorregulación del mercado libre. Se podría decir que la tendencia neoliberal en la economía y este razonamiento que el mercado se autorregulará, influyen a las políticas del estado peruano y su falta de acción en regular a los negocios turísticos y los negocios de ayahuasca. La ideología neoliberal dice que mucha regulación de la economía y los negocios es perjudicial para el crecimiento económico. Pero como no se va necesitar mayor regulación ya que al mercado libre no le importa la gente individual ni las poblaciones marginadas, no le importa la sostenibilidad de sus practicas ni cuidar del ambiente en que opera, y ciertamente no le importa la preservación de cultura. Para el crecimiento económico, no es prioridad la espiritualidad ni la preservación de cultura, dentro del mercado libre solo gana lo más rentable. ¿Cómo vamos a confiar que este sistema se autorregule?

CONCLUSIONES

Esta investigación inició con el objetivo de describir y analizar las percepciones locales de quién maneja y controla el turismo místico del ayahuasca en la ciudad de Cusco. Debido a ciertas limitaciones como el tiempo y el acceso, se enfocó en entrevistar solamente a dos representantes de los cuatro actores, estos siendo los negocios de ayahuasca tanto formales como informales y también agentes gubernamentales. Recomiendo que para futuras investigaciones de este tema, se enfoque en entrevistar a los chamanes para entender como ellos perciben su poder dentro de esta industria y que sugerencias tienen para mejor regulación de los negocios de ayahuasca con el fin de lograr una industria más equitativa.

La investigación demuestra los diferentes actores que forman parte del sistema de los negocios de ayahuasca en Cusco, sus diferentes grados de involucración, y por lo tanto el poder que tiene cada uno, y cómo es que actúan dentro de este sistema. Los resultados revelan que la percepción local es que los negocios tienen el mayor control dentro de la industria del ayahuasca. Adicionalmente revelan una falta de involucramiento, y por lo tanto, poder, por parte de los pueblos indígenas, sean amazónicos o andinos, en esta industria. Esta falta de involucración es empeorado por la falta de acción de parte del gobierno peruano en regular los negocios de ayahuasca en Cusco para asegurar el respeto y la facultad a los pueblos y sus conocimientos tradicionales. Falta regulación de los negocios como iniciativas para el mayor involucramiento de los pueblos indígenas con negocios turísticos que atenten representar y vender sus culturas lucrativamente.

Al interpretar estos resultados es importante tomar en cuenta que al identificar el vacío de poder dejado por el estado o la negación de poder a ciertas poblaciones, también hay que reconocer el poder que retienen los otros dos actores de este sistema para iniciar cambio y brindar facultad a los pueblos. Estos actores serian los turistas y los negocios de ayahuasca. Ambos tienen la capacidad de influenciar a la industria como tienen el poder de autorregularse de forma responsable y considerando el bienestar de los pueblos indígenas.

Para que esta rama de la industria turística cambie se necesitan negocios responsables que busquen trabajar con los pueblos indígenas de una forma honesta y equitativa. Se necesitan turistas educados y respetuosos que se informen adecuadamente antes de comprar servicios turísticos, turistas que les importe la distribución justa del lucro de la industria turística y que consideren no sólo los servicios que la población local les ofrece para su ocio sino también el bienestar de esta. Se necesita a un estado que preste más atención a la preservación de la cultura y no sólo a la venta de ella, que se preocupe por la sostenibilidad de las practicas turísticas y no sólo en las ganancias que estas generan. Se necesita un estado peruano que respete y

defienda a los derechos y los intereses de todos sus grupos étnicos, un estado que no solo idealice a su población indígena, sino que se dedique a capacitarla y a empoderarla para que el resto del mundo no se conforme con una imagen construida, sino para que todos se den cuenta del verdadero potencial de esta población y todas las riquezas que tiene para aportar.

BIBLIOGRAFÍA

1. Gómez-Barris, M. (2012). Andean Translations: New Age Tourism and Cultural Exchange in the Sacred Valley, Peru. *Latin American Perspectives*, 39(6), 68-78. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/41702294>
2. Hill, M. (2008). Inca of the Blood, Inca of the Soul: Embodiment, Emotion, and Racialization in the Peruvian Mystical Tourist Industry. *Journal of the American Academy of Religion*, 76(2), 251-279. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/25484002>
3. Our History | Association of Shamans | Energetic ceremonies. (2015). Retrieved from <https://caisae.com/our-history/>
4. Owen, B. J. (2006). Marketing Mysticism and the Purchase of Pilgrimage: The Rise of Spiritual Tourism in Cusco and Iquitos, Peru (Master's thesis). The University of Arizona.
5. P., & T. (2017). Reporte de Estados Unidos. Retrieved from <https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/Paises/81/Estados Unidos>
6. Peluso, Daniela M. (2006) 'For export only': Ayahuasca Tourism and Hyper Traditionalism. Working Paper Series (Hyper-Traditions and "Real" places), 189 . pp. 482-500.
7. Peluso, Daniela M. (2016) Global Ayahuasca: An Entrepreneurial Ecosystem. In: The World Ayahuasca Diaspora: Reinventions and Controversies. Labate, B.C., Cavnar, C.& Gearin, A.K. (eds). Routledge, London, UK, pp. 203-221. ISBN 9781472466631.
8. Proctor, R. (2001, Jan 31). Tourism opens new doors, creates new challenges, for traditional healers in peru. *Cultural Survival Quarterly*, 24, 14. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/197442526?accountid=15172>
9. Riley, M., & Moran, K. (2001, Jan 31). Protecting indigenous intellectual property rights: Tools that work. *Cultural Survival Quarterly*, 24, 6. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/197448386?accountid=15172>
10. Sadan, E. (1997). Empowerment and community planning: Theory and practice of people-focused social solutions. Tel Aviv: Hakibbutz Hameuchad.
11. Terzian, P. (2018, July 10). The Best Cities in Central and South America. Retrieved from <https://www.travelandleisure.com/worlds-best/cities-in-central-and-south-america>

12. Wilson, K. (2017). Spiritual Tourism as the New Colonialism: The Maintenance of Colonial Hierarchy in Cusco, Peru (Unpublished master's thesis). University of Missouri-Columbia.

ANEXO

Anexo 1: lista de entrevistados

Nombre	Descripción
CAISAE	Director de CAISAE
Etnikas	Administradora
Teresa Campos Chong	Subdirectora del sector de Interculturalidad del Ministerio de Cultura, dirección regional del Cusco
Alfredo	Gerente del Turismo y Cultura de la Municipalidad del Cusco
DIRCETUR	Licenciado en la Dirección Regional del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
Negocio informal	Chaman cusqueño trabajando independientemente

Anexo 2: Preguntas de entrevista

Preguntas:

1. ¿Qué opinan del grado de involucración que tiene el gobierno peruano en la industria turística del ayahuasca en Cusco?
2. ¿Qué opinan del grado de involucración que tienen los pueblos indígenas en la industria turística del ayahuasca?
3. ¿Qué opinan de la mercantilización de la cultura? (El acto de vender y promocionarla)
4. ¿Usted cree que es posible brindarles facultad a los pueblos indígenas la vez que se vende su cultura?
5. ¿Quién diría usted que tiene el control de los negocios de ayahuasca en la industria turística Cusqueña? (el estado peruano por medio de la regulación, los empresarios, las agencias de viaje, los chamanes, las comunidades de donde vienen estos chamanes, los pueblos indígenas a quien pertenecen estos conocimientos)
6. Es válido hacerle publicidad al patrimonio cultural mientras no se respetan reconocer los derechos de sus descendientes más directos, los pueblos indígenas? ¿Qué opinan sobre esto?

Anexo 4: Consentimiento Informado